



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF FINANCES

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR PRO ZALOŽENÍ SPOLEČNOSTI

BUSINESS PLAN FOR STARTING A COMPANY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

Václav Berka

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. Josef Polák, Ph.D.

BRNO 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Berka Václav

Daňové poradenství (6202R006)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský záměr pro založení společnosti

v anglickém jazyce:

Business Plan for Starting a Company

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Cíle práce, metody a postupy zpracování

Teoretická východiska práce

Analýza problému

Vlastní návrhy řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Seznam odborné literatury:

KORÁB, V.; REŽŇÁKOVÁ, M. Podnikatelský plán: Praxe podnikatele. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

MASTERSON, R.; PICKTON, D. Marketing: an introduction. 2nd ed. London: Sage, 2010, xviii, 508 s. ISBN 978-1-84920-571-9.

SRPOVÁ, J. Podnikatelský plán a strategie. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

SRPOVÁ, J.; VEBER, J. Podnikání malé a střední firmy. Praha: Grada, 2008. 311 s. ISBN 978-80-247-2409-6.

ŠIMAN, J.; PETERA, P. Financování podnikatelských subjektů: teorie pro praxi. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2010, xvii, 192 s. ISBN 978-80-7400-117-8.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Josef Polák, Ph.D.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

prof. Ing. Mária Režňáková, CSc.
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 26.05.2014

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na sestavení podnikatelského záměru pro založení společnosti. Nejprve se zabývá teoretickou částí, kde jsou popsány pojmy týkající se podnikání, dále se zde definuje podnikání v hotelnictví a gastronomii, financování podnikatelské činnosti a také je tu rozebrána struktura podnikatelského plánu. V praktické části se aplikují poznatky z teorie na konkrétní návrh podnikatelského plánu pro založení podniku v oboru hotelnictví a gastronomie.

Abstract

This thesis focuses on the preparation of a business plan for the establishment of the company. In the theoretical section describes concepts related to business. Furthermore, is here defined entrepreneurship in hospitality and gastronomy and business financing. This thesis also analyzes the structure of the business plan. In the practical part are applied knowledge of the theory to the specific proposal of a business plan for the establishment of the company in the field of hotel and gastronomy.

Klíčová slova

podnikání, trh, podnikatelský plán, financování, poskytování služeb, gastronomie

Key words

enterprise, the market, business Plan, funding, the provision of services, gastronomy

Bibliografická citace

BERKA, V. *Podnikatelský záměr pro založení společnosti*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 65 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Josef Polák, Ph.D..

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 4. června 2014

Poděkování

Děkuji panu Ing. Josefu Polákovi, Ph.D. za vedení mé bakalářské práce, zejména za cenné rady a připomínky, které pro mě byly velkým přínosem. Dále děkuji všem svým blízkým, kteří mě v době tvorby této práce podporovali.

OBSAH

ÚVOD A CÍL PRÁCE	10
1 Teoretická východiska bakalářské práce.....	11
1.1 Podnik, podnikání, podnikatel	11
1.1.1 Podnik	11
1.1.2 Podnikání	11
1.1.3 Podnikatel	11
1.2 Právní formy podnikání	12
1.2.1 Veřejná obchodní společnost.....	12
1.2.2 Komanditní společnost	12
1.2.3 Společnost s ručením omezeným.....	13
1.2.4 Akciová společnost	14
1.2.5 Živnostenské podnikání	14
1.3 Postup při založení společnosti s ručením omezeným.....	15
1.3.1 Sepsání společenské smlouvy nebo zakladatelské listiny.....	15
1.3.2 Zajištění živnostenského oprávnění k výkonu činnosti	16
1.3.3 Zápis do obchodního rejstříku	17
1.4 Podnikání v hotelnictví a restaurátérství.....	17
1.4.1 Stravovací služby	18
1.4.2 Společensko-zábavní služby	19
1.4.3 Ubytovací a hotelové služby.....	19
1.4.4 Podmínky podnikání v ubytovacích službách a stravování	19
1.5 Financování podnikatelské činnosti.....	20
1.5.1 Vlastní zdroje financování	20
1.5.2 Cizí zdroje financování	22
1.5.3 Kalkulace nákladů.....	23
1.5.4 Finanční řízení podniku	23
1.6 Podnikatelský plán.....	25
1.6.1 Struktura podnikatelského plánu	25
1.6.2 Podnikatelský plán pro založení společnosti	25
2 Podnikatelský plán pro založení hotelu s restaurací ve městě Šumperk.....	31
2.1. Titulní list.....	32
2.2 Exekutivní souhrn.....	33
2.3 Popis podniku	33
2.3.1 Nabízené služby	33
2.3.2 Struktura podniku	34

2.4 Analýza konkurence	34
2.4.1 Analýza hotelových konkurentů	35
2.4.2 Analýza restauračních konkurentů	38
2.5 Marketingový plán	41
2.5.1 SWOT Analýza	42
2.5.2 Marketingový mix.....	44
2.6 Personální zdroje.....	46
2.7 Finanční plán.....	48
2.7.1 Opatření finančních prostředků při zahájení podnikání a jejich využití.....	48
2.7.2 Výpočet odpisů dlouhodobého majetku	49
2.7.3 Náklady na propagaci	50
2.7.4 Zahajovací rozvaha k 1.7.2014	50
2.7.5 Vývoj nákladů a výnosů v letech 2014 – 2016	51
2.7.6 Cenová kalkulace vybraných výrobků.....	56
2.8 Diskuze a návrhy (hodnocení rizik).....	57
ZÁVĚR	60
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	62
SEZNAM GRAFŮ	64
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	64
SEZNAM TABULEK.....	64
SEZNAM PŘÍLOH.....	65

ÚVOD A CÍL PRÁCE

Podnikání je činnost, která má původ již v dávné minulosti. V České republice se podnikání znovu rozmohlo počátkem 90. let 20. století, kdy se po Sametové revoluci konané v listopadu 1989 dostalo lidem, kromě mnoha jiných změn, opět možnosti podnikat v plném rozsahu. V tehdejší době bylo docela snadné začít s podnikatelskou činností. S nadsázkou řečeno, na co si člověk vzpomněl, to mohl začít dělat. Dnes je hledání mezer na trhu o dost složitější, a tak i proto je důležité sestavení kvalitního podnikatelského plánu.

Ten by měl podnikateli napovědět, jestli má určitý podnikatelský záměr smysl, nebo nikoliv. Lidé si často myslí, že mají geniální nápad, a že jejich podnikání bude opravdu úspěšné, ale ne vždy tomu tak je. Když se potenciální podnikatel pustí do dané činnosti, aniž by si vypracoval potřebný podnikatelský plán, tak může postupně zjišťovat, že existuje už poměrně dost subjektů, které vyrábí stejné nebo velmi podobné výrobky nebo poskytují téměř identické služby. Není-li zrealizován podnikatelský plán, nemusí být také společnost schopna zajistit financování svých činností a následně musí dojít k ukončení podnikatelských aktivit. Tento dokument hraje taky významnou roli při žádosti o úvěr, která se potom směřuje většinou na některou z finančních institucí. Aby bylo takové žádosti vyhověno, musí být podnikatelský plán skutečně realizovatelný.

Jako téma své bakalářské práce jsem si tedy vybral podnikatelský záměr pro založení společnosti. Rozhodl jsem se tak proto, že mě podnikání jako takové velice zajímá, baví mě přemýšlet nad novými podnikatelskými ideami a v budoucnu bych také rád řídil svou vlastní společnost. Můj zamýšlený podnikatelský záměr je v oblasti hotelnictví a gastronomie.

Dosažený výsledek této práce může napomoci podnikateli, který by se rozhodl v tomto oboru začít podnikat. Nevylučuji, že já bych také mohl v budoucnu po relevantní aktualizaci tento plán realizovat.

Cílem bakalářské práce je sestavení reálného podnikatelského plánu pro zahájení podnikatelské činnosti v oboru hotelnictví a restaurátérství ve městě Šumperk.

1 Teoretická východiska bakalářské práce

V této kapitole jsou popsány základní pojmy, které se týkají podnikání a podnikatelského záměru.

1.1 Podnik, podnikání, podnikatel

Tato podkapitola obsahuje definice tří pojmů, jimiž jsou podnik, podnikání a podnikatel a to jak z hlediska právního, tak i ekonomického.

1.1.1 Podnik

Podnikem je subjekt, ve kterém se ze vstupů (zdrojů) stávají výstupy (statky). Podnik je také chápán jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot (vlastních či pronajatých), pomocí kterých podnikatel provozuje své podnikatelské aktivity (Srpová a Veber, 2012).

Podnikem se chápe každý subjekt, který vykonává hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu. Mezi tyto subjekty se řadí zejména osoby samostatně výdělečně činné a rodinné podniky uskutečňující řemeslné či jiné činnosti a obchodní společnosti nebo sdružení, která běžně vykonávají ekonomickou činnost (Srpová a Veber, 2012).

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník §5 podnik definoval, jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.

1.1.2 Podnikání

Z ekonomického hlediska je podnikání chápáno jako zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty (Srpová a Veber, 2012).

1.1.3 Podnikatel

Pod tímto pojmem se definuje osoba, která realizuje podnikatelské aktivity s možností rozšíření nebo rizikem ztráty vlastního kapitálu. Je to subjekt schopný vyhledat a

rozpoznat příležitosti, zajišťovat a používat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotný podstoupit tomu odpovídající rizika (Srpová a Veber, 2012).

Podle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník se podnikatel definuje jako osoba, která samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku.

1.2 Právní formy podnikání

Podnikatelská činnost se může realizovat pod různou právní subjektivitou. V této části jsou popsány formy podnikání právnických osob i fyzických osob – obchodní společnosti a podnikání na základě živnostenského oprávnění. Obchodní společnosti jsou upraveny v obchodním zákoníku, živnostenské podnikání potom v živnostenském zákoně.

1.2.1 Veřejná obchodní společnost

Veřejná obchodní společnost je podle §95 zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích společnost, ve které alespoň dvě osoby podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně celým svým majetkem.

Veřejnou obchodní společnost lze založit pouze za účelem společného podnikání. Zakladatelským dokumentem je společenská smlouva a mohou ji založit minimálně 2 společníci. Společnost není ze zákona povinna vytvářet základní kapitál (Petera a Šiman, 2010).

1.2.2 Komanditní společnost

Komanditní společnost je podle §118 zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích společnost, v níž jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku (komanditisté) a jeden nebo více společníků celým svým majetkem (komplementáři).

Komanditní společnost je kombinací osobní a kapitálové formy společnosti. Proto platí, že pokud není stanoveno jinak, tak se použijí na komanditní společnost přiměřeně ustanovení obchodního zákoníku o veřejné obchodní společnosti na postavení komplementářů a na právní postavení komanditistů ustanovení o společnosti s ručením omezeným (Petera a Šiman, 2010).

Zakladatelským dokumentem je zde také společenská smlouva a mohou ji založit minimálně 2 společníci a to jeden komplementář a jeden komanditista. Minimální výše základního kapitálu je dána tím, že komanditisté jsou povinni do základního kapitálu vložit vklad určený společenskou smlouvou (Petera a Šiman, 2010).

1.2.3 Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je v České republice nejrozšířenější formou podnikání právnických osob. Vklady jednotlivých společníků tvoří základní kapitál společnosti. Společníci ručí za závazky do výše svých nesplacených vkladů. Do té doby dokud není splacení zapsáno v obchodním rejstříku. Společnost odpovídá za nedodržení závazků celým svým majetkem. Společnost s ručením omezeným může založit jedna osoba, maximálně může mít 50 společníků. Jedna fyzická osoba může být jediným společníkem nejvýše tří společností s ručením omezeným (Srpková a Veber, 2012).

Minimální výše vkladu je zákonem č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích stanovena na 1 Kč, ve společenské smlouvě může být uvedeno jinak. Společnost má ze zákona povinnost vytvářet rezervní fond. Základním dokumentem společnosti je společenská smlouva. Nejvyšší orgán této právní formy představuje valná hromada. Statutární orgán tvoří jednatel nebo jednatele, kteří jsou oprávněni k obchodnímu vedení společnosti. Jednatele jmenuje valná hromada. Na základě společenské smlouvy lze stanovit dozorčí radu.

Výhodami podnikání prostřednictvím společnosti s ručením omezeným jsou omezené ručení společníků, zákaz konkurence platí pouze pro jednatele a členy dozorčí rady, společníků se může týkat až podle ustanovení společenské smlouvy. Pro přijetí velké části rozhodnutí není nutný souhlas všech společníků. Do společnosti lze vkládat i nepeněžitý majetek. Vklad musí být splacen ve lhůtě pěti let (před podáním návrhu na zápis do obchodního rejstříku však musí být splaceno 30% každého vkladu). Může být ustanoven kontrolní orgán dozorčí rada (Srpková a Veber, 2012).

Dříve určitá nevýhoda společnosti s ručením omezeným spočívala v nutnosti základního kapitál. Založení a chod společnosti je administrativně náročnější. Z pohledu obchodních partnerů kvůli omezenému ručení je tato právní forma méně důvěryhodná než osobní obchodní společnosti či akciové společnosti (Srpová a Veber, 2012).

1.2.4 Akciová společnost

Akciová společnost je kapitálová obchodní společnost, jejíž základní kapitál tvoří určitý počet akcií o určité nominální hodnotě. Akcie je cenný papír, který akcionáři zaručuje právo podílet se na řízení společnosti, právo na získání podílu ze zisku a právo podílet se na likvidačním zůstatku společnosti při jejím zániku. Tutu právní formu volí zejména střední až velké podniky. Zakladatelským dokumentem je zakladatelská smlouva nebo zakladatelská listina. Akciová společnost může být založená jedním zakladatelem nebo více zakladateli. (Petera a Šiman, 2010).

Společnost odpovídá za porušení závazků celým svým majetkem, akcionáři za závazky společnosti neručí. Nejvyšším orgánem je valná hromada, která se svolává nejméně jednou za rok. Představenstvo je statutárním orgánem, řídí činnost společnosti a jedná jejím jménem. Kontrolním orgánem je potom dozorčí rada, ta má za úkol dohlížet na výkon působnosti představenstva a uskutečňování podnikatelské činnosti společnosti (Petera a Šiman, 2010).

1.2.5 Živnostenské podnikání

Obecným právním předpisem, který v Česku upravuje základní podmínky provozování živnosti je zákon o živnostenském podnikání 455/1991 Sb. Živnostenský zákon, který popisuje živnost: „*Živnost je soustavná činnost provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“

Osoba, která chce provozovat živnost, musí získat živnostenské nebo jiné oprávnění k provozování podnikatelské činnosti. Potom musí zjistit, do které skupiny živností patří činnost, kterou chce vykonávat. Podle požadavků na odbornou způsobilost se živnosti dělí na ohlašovací, do kterých patří volné, řemeslné a vázané a na koncesované.

Všeobecnými podmínkami provozování živnosti jsou dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům a trestní bezúhonnost. Zvláštními podmínkami je odborná a jiná způsobilost, jestli to živnost vyžaduje (Řehoř a Srpová, 2010).

1.3 Postup při založení společnosti s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je nejrozšířenější právní forma podnikání v České republice. Neboť chystám aplikaci této právní formy do praktické části mé práce, tak považuji za důležité popsat postup jejího založení.

1.3.1 Sepsání společenské smlouvy nebo zakladatelské listiny

Společenská smlouva musí být vyhotovena v písemné podobě a sepsána notářem. Jestliže společnost zakládá jediný společník, sepisuje se zakladatelská listina. K sepsání společenské smlouvy je nutné znát následující náležitosti (Srpová a Veber, 2012):

- obchodní firma a sídlo společnosti,
- určení společníků,
- předmět podnikání,
- výše základního kapitálu a výše vkladu každého společníka, způsob a lhůta splacení vkladů,
- jména a bydliště prvních jednatelů a způsob jakým jednají jménem společnosti,
- pokud se zřizuje dozorčí rada, tak jména a bydliště jejích členů,
- určení správce vkladu,
- ostatní údaje.

Při sepisování společenské smlouvy je nutné vybrat vhodnou obchodní firmu. Obchodní firma je název, pod kterým bude společnost zapsána v obchodním rejstříku. Je potřeba důkladně prověřit, jestli zvolená obchodní firma vyhovuje požadavkům daných obchodním zákoníkem. Obchodní firma společnosti nesmí být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele. K odlišení nepostačí jiný dodatek právní formy (Srpová a Veber, 2012).

Společenská smlouva musí být sepsána ve formě notářského zápisu. Notáři jsou součástí sítě kontaktních míst Czech POINT. Podnikatel si tedy nemusí před návštěvou

notáře opatřit výpis z evidence rejstříku trestů nebo výpis z katastru nemovitostí potřebný k prokázání sídla podniku. Všechno potřebné si notář zjistí. Společenská smlouva se zpravidla vypracovává ve dvou stejnopisech. Jeden si ponechá společnost, druhý se musí dodat rejstříkovému soudu. Dále se společenská smlouva může vyhotovit v různém počtu opisů. Opis společenské smlouvy lze například použít k získání živnostenského oprávnění (Srpová a Veber, 2012).

Před podáním návrhu na zápis do obchodního rejstříku musí být splaceno 30% každého vkladu. Peněžitý vklad je splacen, když dojde k jeho předání správci vkladů. Tím může být například jeden ze společníků, ten vklady potom ukládá na účet zřízený u banky znějící na firmu společnosti. Společník je povinen splatit svůj vklad v době 5 let od vzniku společnosti (Řehoř a Srpová, 2010).

1.3.2 Zajištění živnostenského oprávnění k výkonu činnosti

Jestli chce společnost podnikat na základě živnostenského oprávnění, musí buď tento fakt oznámit živnostenskému úřadu, jedná-li se o ohlašovací živnost, nebo o oprávnění požádat v případě koncesované živnosti. Živnostenský úřad si sám opatří výpis z rejstříku trestů jednatele společnosti a bude požadovat společenskou smlouvu ve formě notářského zápisu (Synek, 2011).

Veškerá podání jako jsou ohlášení živnosti, podání žádosti o koncesi, může společnost činit díky elektronizaci veřejné správy na libovolném živnostenském úřadě v České republice. Ke komunikaci se živnostenským úřadem slouží standardizované formuláře Centrálního registračního místa (CRM). Ohlášení se provádí na jednotném registračním formuláři (JRF) pro právnickou osobu. Ve formuláři je potřeba uvést:

- obchodní firmu nebo název, sídlo,
- identifikační údaje u odpovědného zástupce,
- předmět podnikání,
- provozovnu, ve které bude provozování živnosti zahájeno bezprostředně po získání živnostenského oprávnění,
- datum zahájení provozování živnosti,
- datum ukončení provozování živnosti, pokud je zamýšleno.

Prostřednictvím jednotného registračního formuláře pro právnické osoby může společnost učinit další registrace, třeba ve vztahu k finančnímu úřadu nebo ve vztahu k úřadu práce.

V případě splnění všech podmínek provede živnostenský úřad zápis do živnostenského rejstříku do 5 dnů ode dne doručení ohlášení a vydá podnikateli výpis s tím, že identifikační číslo bude společnosti přiděleno později rejstříkovým soudem. Společnosti vzniká živnostenské oprávnění dnem jejího zápisu do obchodního rejstříku (Řehoř a Srpová, 2010).

1.3.3 Zápis do obchodního rejstříku

Do 90 dnů od založení společnosti musí být podán návrh na zápis do obchodního rejstříku. Podávají ho všichni jednatele svým jménem. Jejich podpisy musí být úředně ověřeny. Návrh na zápis musí být doložen listinami o skutečnostech, které mají být do obchodního rejstříku zapsány, a listinami, které se zakládají ve sbírce listin (Synek, 2011).

1.4 Podnikání v hotelnictví a restaurátérství

Vzhledem k tomu, že v praktické části bude vypracován podnikatelský plán v oboru hotelnictví a restaurátérství, tak v této podkapitole jsou popsány specifika podnikání v této oblasti.

Podnikání v hotelnictví a gastronomii má mnoho stejných znaků jako ostatní podnikatelské činnosti, ale v některých oblastech má určité odlišnosti. Základním shodným znakem je, že podnikatel na sebe určitou míru rizika za vložený kapitál. Podnikání v hotelnictví a gastronomii je náročné na finanční kapitál a jeho návratnost je delší. (Krátká a Smetana, 2009).

Krátká a Smetana (2009) uvádějí, že podnikání v hotelnictví zahrnuje:

- stravovací služby,
- společenské a zábavní služby,

- ubytovací a hotelové služby,
- cateringové služby.

1.4.1 Stravovací služby

Stravovací služby představují spojení dvou resp. tří samostatných oblastí. Jedná se o sféru výroby, sféru oběhu a přímé spotřeby (Mlejnková, 2009).

Společné stravování je činnost spojená s hromadnou výrobou, prodejem a spotřebou pokrmů a nápojů pro velké skupiny obyvatelstva, která je uskutečňována mimo domácnost. Jsou to procesy, které jsou značně náročné na materiální zabezpečení, personální zajištění a na organizaci práce. Je nutné disponovat dostatečnými prostory určenými ke konzumaci a dalším službám. Výroba jídel je většinou časově spojena s jejich konečnou spotřebou. Pokrmy musí být spotřebovány v době, která je ke spotřebě určena (Krátká a Smetana, 2009).

Společné stravování plní funkce (Krátká a Smetana, 2009):

- základního stravování – to znamená poskytování snídaní, obědů a večeří v zařízeních, která jsou k tomu určena a která splňují podmínky pro poskytování těchto služeb, je to funkce ze všech nejdůležitější, kvalita poskytovaných stravovacích služeb je rozhodující pro úspěšnost podniku,
- doplňkového stravování – to spočívá v uspokojování výživových potřeb mimo základní stravování, jde o různé druhy občerstvení poskytovaných v průběhu dne v restauracích nebo v jiných zařízeních

Služby ve stravování jsou zajišťovány několika formami, podle nichž se člení společné stravování na (Krátká a Smetana, 2009):

- restaurační,
- závodní
- školní,
- ústavní.

Restaurační stravování

V bakalářské práci se budu dále pohybovat pouze v oblasti restaurační stravování.

Restaurační stravování je historicky nejstarší formou společného stravování. Patří sem nejpestřejší škála služeb, které svým hostům nabízí. Tyto služby jsou poskytovány jak domácím residentům, tak turistům. Sít' restauračních zařízení je součástí infrastruktury měst a obcí v oblasti obchodní vybavenosti. Klientela není ve veřejném restauračním zařízení předem známa – podstupuje se zde velké podnikatelské riziko. Na rozdíl od závodního, školního nebo ústavního stravování zde klient hradí plnou cenu služby. Nabízený sortiment je široký (Mlejnková, 2009).

1.4.2 Společensko-zábavní služby

Společensko-zábavní služby představují poskytování různých placených nebo neplacených služeb zaměřených na odpočinek, relaxaci, zábavu, sport a další formy využívání volného času. Tyto služby jsou poskytovány velmi často jako doplňkové služby ke službám stravovacím, ubytovacím apod. (Krátká a Smetana, 2009).

1.4.3 Ubytovací a hotelové služby

Ubytovací a hotelové služby poskytují přechodné ubytování mimo domov. S těmito službami jsou spojeny další služby, které host požaduje, např. stravování, praní prádla, žehlení, kosmetické služby apod. Hotelnictví je nedílnou součástí služeb cestovního ruchu a je nazýváno hotelovým průmyslem. Ubytovací služby bývají zajišťovány v ubytovacích zařízeních různého druhu a kategorie. Ubytovací zařízení se provozují na základě živnosti. Jde o živnost ohlašovací volnou. Podle vyhlášky ministerstva pro místní rozvoj č. 137/1998 Sb. mají provozovatelé povinnost zařadit zařízení poskytující přechodné ubytování do příslušné kategorie a třídy (Krátká a Smetana, 2009).

1.4.4 Podmínky podnikání v ubytovacích službách a stravování

Zvláštní podmínkou pro provozování živnosti je odborná způsobilost, pokud je živnostenský zákon nebo jiné předpisy vyžadují. Tyto podmínky musí splňovat fyzická osoba nebo osoba, která je podnikatelem ustanovena.

Odborná způsobilost pro řemeslné činnosti v oblasti hotelnictví a restaurátérství se prokazuje dokladem (Mlejnková, 2009):

- o řádném ukončení středního vzdělání s výučním listem v příslušném oboru, například vyučení v oboru, kuchař, číšník,
- o řádném ukončení studia na střední škole s maturitní zkouškou v příslušném oboru, například střední hotelová škola,
- o řádném ukončení vyššího odborného vzdělání v příslušném oboru, například vyšší odborná hotelová škola,
- v dalších případech například absolvování vysoké školy, složení předepsaných kvalifikačních zkoušek, splnění praxe v oboru a další.

Podnikatel, který chce uskutečňovat činnost v tomto oboru, musí také splňovat materiální a finanční podmínky. Potřebuje k výkonu činnosti dlouhodobý hmotný majetek, který může vlastnit nebo si ho může pronajmout na základě smlouvy o pronájmu. Kromě dlouhodobého hmotného majetku potřebuje také dlouhodobý nehmotný majetek, např. software, který se nachází téměř v každém hotelovém a restauračním zařízení a slouží k evidenci, řízení nebo kontrole. V podniku musí být také přítomen oběžný majetek. A to v podobě hmotné, jako jsou zásoby surovin, zboží, obalů, příborů, ubrusů apod., nehmotné (pohledávky) a finanční. Finančním oběžným majetkem je hotovost, vklad na účtu nebo krátkodobé cenné papíry. K zahájení činnosti potřebuje podnikatel finanční prostředky ve formě vlastního nebo cizího kapitálu (Krátká a Smetana, 2009).

1.5 Financování podnikatelské činnosti

Každý podnikatelský plán také obsahuje plán zdrojů financování. Podnikání může být financováno z vlastních nebo z cizích zdrojů. Podnikatel vypracovává podnikatelský plán také proto, aby ho prezentoval potenciálním investorům a přesvědčil je o tom, že daný podnikatelský záměr je úspěšný a o tom, že mu mají zapůjčit peněžní prostředky. Potencionální investoři zpravidla posuzují rizikovost podnikatelského záměru a za poskytnutou podporu požadují odměnu odpovídající míře podstoupeného rizika, případně další záruky navrácení investovaného kapitálu (Režňáková, 2012).

1.5.1 Vlastní zdroje financování

Základní rozlišení zdrojů financování je na vlastní cizí. Toto rozdělení vychází

z právního postavení poskytovatele kapitálu. Odpovídá i účetnímu vykazování disponibilních zdrojů financování v rozvaze. V mnoha směrech je toto rozdělení považované za postačující (Režňáková, 2012).

Mezi vlastní zdroje financování se řadí vklad podnikatele, dary a dotace, vklad profesionálních investorů (business angels, venture capital), u akciových společností emise akcií. Do skupiny vlastních zdrojů patří také interně vytvořené zdroje financování, kterými jsou nerozdělený zisk minulých let, zisk běžného období, fondy tvořené ze zisku, odpisy a rezervy. (Režňáková, 2012).

Nerozdělený zisk tvoří součást vlastního kapitálu podniku. Nerozdělený zisk představuje část výsledku hospodaření po zdanění, která není použita na jiný účel. Výše přírůstku použitelného výsledku hospodaření k financování podnikové činnosti za určité období je závislá na vytvořeném výsledku hospodaření za toto období, sazbě daně z příjmů, výši přídělu do rezervního fondu a jiných podnikových fondech tvořených ze zisku, výši vyplacených podílů na zisku společníkům (Čížanská a Marinič, 2010).

Opotřebení dlouhodobého majetku se v penězích vyjadřuje pomocí **odpisů**. Ty jsou součástí provozních nákladů podniku. Současně představují část ceny dlouhodobého majetku, která se přenáší do hodnoty nových produktů a je uhrazena kupujícím při koupi produktu. Protože jsou odpisy nákladovou položkou, tak snižují výsledek hospodaření. Jestli jsou tedy odpisy součástí ceny produktu, získává je podnik inkasem tržeb a jsou tedy součástí peněžních příjmů. Tím odpisy tvoří často jediný stabilní interní zdroj financování podniku. Přednostně jsou určeny k obnově odepisovaného majetku. Management podniku se rozhodne, jestli odpisy použije k financování provozních potřeb nebo na splácení závazků, případně k financování investičních projektů (Režňáková, 2012).

Rezervy představují účelově vytvořené zdroje financování na krytí finančně náročných výdajů. Zpravidla jsou zahrnovány do nákladů, a tedy snižují výsledek hospodaření. Tvorba rezerv nemusí být daňově uznatelným nákladem. Dle toho se rozlišují rezervy zákonné a ostatní (účetní). V podnikové rozvaze jsou rezervy mezi cizí zdroje, neboť představují budoucí závazky podniku za provedení určitých výkonů externími dodavateli

(Čížanská a Marinič, 2010).

1.5.2 Cizí zdroje financování

Společnosti poskytují kapitál věřitelé a získaný kapitál má charakter dluhu. Cizí zdroje patří mezi externí zdroje financování a podnik je má k dispozici na omezenou, dopředu známou dobu. Věřiteli náleží za poskytnutí finančních zdrojů odměna ve formě úroku, věřitel nenese podnikatelské riziko a nemá právo podílet se na řízení podniku. Nejpozději na konci doby splatnosti je podnik povinen dluh splatit věřiteli (Režňáková, 2012).

Bankovní úvěry patří mezi nejčastěji využívané cizí zdroje financování a můžou se vyskytovat ve formě (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007):

- **dlouhodobého bankovního úvěru** – poskytují ho banky ve formě termínované půjčky, označované jako investiční úvěr nebo hypoteční úvěr. Často je k poskytnutí nutný podnikatelský plán,
- **krátkodobého bankovního úvěru** – může mít různé pojmenování, např. kontokorentní úvěr, lombardní úvěr, podstatné jsou podmínky jejich použití. Bývají omezeny na financování provozního kapitálu, jako zásob pohledávek a provozních nákladů.

Charakteristickým znakem každého bankovního úvěru je návratnost, úročení a zajištění návratnosti (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Dodavatelský úvěr poskytuje dodavatel odběrateli v podobě dodávky zboží, přičemž se zpravidla jedná o dražší nebo dlouhodobý majetek. Tento typ úvěru je součástí obchodní politiky dodavatele a nástrojem konkurenčního boje. Prodejce má jistotu prodeje zboží a cena potom je konstruována tak, aby kryla náklady, zisk a úrok, který je přitom zpravidla vyšší než u bankovních úvěrů (Čížanská a Marinič, 2010).

Leasing je z ekonomického hlediska způsobem pořízení majetku používaného k dosahování výnosů, i když podnik není jeho majitelem. Majetek je ve vlastnictví pronajímatele (leasingové společnosti), který ho pořizuje od výrobce zpravidla na základě požadavku budoucího uživatele. Z toho důvodu je často označován jako třístranný právní vztah (Režňáková, 2012).

1.5.3 Kalkulace nákladů

Aby byl podnik schopný řídit své náklady, musí je sledovat z věcného hlediska, tj. podle výkonů (výrobků a služeb). To je úkolem kalkulací vlastních nákladů. V podniku kalkulace slouží ke stanovení vnitropodnikových cen výkonů, k limitování nákladů apod (Synek, 2011).

Kalkulace nákladů je písemný přehled jednotlivých nákladových složek a jejich úhrn na kalkulační jednici. Kalkulační jednicí se rozumí určitý výkon (výrobek, polotovar, práce nebo služba) vymezený měrnou jednotkou, např. jednotkou množství, hmotnosti, délky, času apod. Jednotlivé složky nákladů se vyčísľují v kalkulačních položkách. Doporučené kalkulační položky jsou obsaženy ve všeobecném kalkulačním vzorci, který i když není závazný a jeho struktura je věcí podnikatele, je používán většinou podniků v České republice. Všeobecný kalkulační vzorec má tyto položky:

1. přímý materiál
2. přímé mzdy
3. ostatní přímé náklady
4. výrobní režie
5. správní režie
6. odbytové náklady
7. zisk (ztráta)

cena výkonu (Synek, 2011)

Výše uvedený vzorec vlastně představuje kalkulaci ceny, kdy cena vzniká podle principu „náklady+zisk=cena“. Jedná se o takzvanou nákladovou cenu. Tato cena se většinou používá v případech, kdy cenu neurčí přímo trh. Zisk připočtený k nákladům se stanovuje tak, aby se zajistila požadovaná výnosnost kapitálu (Synek, 2011).

1.5.4 Finanční řízení podniku

Na podnik se může pohlížet z pohledu různých aspektů a metodikou i nástroji různých vědních disciplín. Z hlediska ekonomie se v souvislosti s podnikáním rozlišují především jeho dvě stránky, a to stránka věcná a peněžní. Věcná stránka podnikání

představuje zhmotnění vize a základního cíle podnikatele do konkrétního projektu. Peněžní stránka podnikání představuje tok a proměnu peněz od počáteční investice přes financování provozu a realizaci (prodej) výstupů z procesu transformace znovu na peníze. Moderní teorie chápou podnik jako hodnotový řetězec, v jehož rámci opětovná proměna peněz ve formě vstupního kapitálu je spojená s jeho zhodnocením v procesu tvorby výsledné hodnoty podniku. Výsledná hodnota podniku je oproti hodnotě vstupující do procesu transformace zvýšená o přidanou hodnotu, která představuje odměnu podnikatele za podstoupené riziko. Finanční řízení ve své podstatě spočívá ve výběru optimální varianty získávání externích a následně i interních zdrojů financování a jejich užití z hlediska základních finančních cílů podnikání a s přihlédnutím k různým omezujícím podmínkám (Čížanská a Marinič, 2010).

1.6 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Jedná se o shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů (Srpová et al., 2011).

1.6.1 Struktura podnikatelského plánu

Struktura podnikatelského plánu není závazně stanovena. Každá banka a investor mají odlišné požadavky na jeho strukturu a rozsah (Srpová et al., 2011).

Některé banky předepisují formát podnikatelského plánu, který požaduje pro jeho posouzení při žádosti o úvěr na financování záměru. V tomto formátu je striktně definována část týkající se financí, nazývaná např. finanční plán (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

1.6.2 Podnikatelský plán pro založení společnosti

Níže bude vyjádřena následující struktura podnikatelského plánu (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007; Srpová et al., 2011):

- titulní strana,
- exekutivní souhrn,
- popis podniku,
- analýza konkurence,
- marketingový plán,
- realizační projektový plán,
- personální zdroje,
- finanční plán,
- hodnocení rizik.

Titulní strana

Na titulní list se uvádí obchodní název a případně logo firmy, název podnikatelského plánu, jméno autora, klíčových osob, zakladatelů, datum založení apod. Uvádí se zde také prohlášení typu: „Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou

předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoli rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora“ (Srpová et al., 2011).

Exekutivní souhrn

Tato část by ve finální podobě měla představovat jakýsi abstrakt celého podnikatelského plánu. Je to stručná, ale velmi hutná forma veškerých důležitých a podstatných informací o podnikatelském záměru. Jde tedy o miniaturu celého podnikatelského plánu, která je vyjádřena v jediné kapitole a stručně a výstižně popisuje zakladatele/manažera, produkty a služby, trh, silné stránky, strategii, klíčová finanční data a potřebné finanční zdroje. Exekutivní souhrn bývá často finalizován, a někdy i celý napsán, až po dokončení podnikatelského plánu. Tuto část lze po stránce obsahu i formy označit za zásadní a klíčovou, protože kvalita exekutivního souhrnu často rozhoduje o tom, zda se investor bude zabývat dalšími částmi plánu nebo na základě dojmu z tohoto souhrnu se jimi zabývat nebude (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Popis podniku

V této části plánu je ve stručné, ale výstižné a konkrétní podobě popsáno, na čem celý podnikatelský záměr a zakládaný podnik stojí. Uvádí se zde zákonná forma zakládaného podniku a klíčová živnost nebo živnosti, které bude podnik vykonávat. Jako věcné východisko je v této kapitole považována solidní prezentace produktů a služeb, které bude podnik vyrábět nebo poskytovat a jejichž prostřednictvím bude chtít vytvářet zisk. Tvůrce plánu by měl přesvědčit o tom, že produkty budou pro trh zajímavé a konkurenceschopné, měl by také popsat, jak budou produkty dále rozvíjeny (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Explicitně by se v popisu mělo sdělit, jak popřípadě kým podnikatel zajistí vedení účetnictví podniku, případně zda bude nebo nebude plátce DPH. V této části by také mělo být ukázáno, jak bude podnik strukturován, zvláště v případech, kdy od začátku zaměstnává více lidí, vyžaduje se tedy zpracovaná organizační struktura. Poté následuje představení manažerského týmu. Podle charakteru podnikání by v této části podnikání měla být vysvětlena zaměstnanecké politika podniku. Do části organizace podnikání

také patří popis podnikové infrastruktury typu provozovny nebo provozoven (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Analýza konkurence

V rámci analýzy konkurence se určí podniky, u kterých je předpoklad konkurenčního chování. Patří k nim ty organizace, které působí na stejných cílových trzích a prodávají stejné nebo podobné výrobky (skuteční konkurenti). Vedle těchto podniků mohou existovat i další, kteří nepředstavují konkurenci dnes, ale mohou jí být v budoucnu. Nalezení konkurenti se rozdělí na hlavní a vedlejší. Hlavními jsou subjekty, které hrají na daném trhu významnou roli a budou ji hrát i nadále. Patří k nim však také ty podniky, které se velmi podobají novému podnikatelskému záměru (Srpová et al., 2011).

Ke strukturování analýzy konkurentů je možné použít Porterova modelu pěti konkurenčních sil. Základním úkolem analýzy je identifikace hlavních konkurentů operujících na stejném trhu, na kterém chce subjekt začít podnikat a posouzení velikosti jejich tržních podílů, jejich strategií, případně jejich profitability (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

SWOT analýza

Cílem SWOT analýzy je identifikovat to, jak je podnik schopen se vyrovnat se změnami, které nastávají v prostředí. SWOT analýza se skládá z původně dvou analýz, a to analýzy silných a slabých stránek a analýzy příležitostí a hrozeb. Doporučuje se začít analýzou příležitostí a hrozeb, které přicházejí z vnějšího prostředí podniku, a to jak makroprostředí, tak i mikroprostředí. Makroprostředí obsahuje faktory politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní, technologické. Mikroprostředí tvoří zákazníci, dodavatelé, odběratelé, konkurence a veřejnost. Po analýze příležitostí a hrozeb následuje analýza silných a slabých stránek, která se týká vnitřního prostředí organizace (Jakubíková, 2008). Na obrázku níže je uvedena struktura SWOT analýzy.

Obr. č. 1 SWOT analýza

	POMOCNÉ dosažení cíle	ŠKODLIVÉ dosažení cíle
VNITŘNÍ PŮVOD atributy organizace	S SILNÉ STRÁNKY strenghts	W SLABÉ STRÁNKY weaknesses
VNĚJŠÍ PŮVOD atributy prostředí	O PŘÍLEŽITOSTI opportunities	T HROZBY threats

Zdroj: <http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/swot-analyza>

Marketingový plán

Tento plán je vlastně strategickým plánem podniku, který naznačuje, jakým způsobem se podnik hodlá prosadit na trhu proti konkurenci. Plán může zohledňovat rozdílný marketing pro období vstupu podniku na trh a následně marketing pro úspěšné fungování již etablovaného podniku na příslušném trhu z dlouhodobého hlediska. Naplnění obou úloh může využívat, a často také využívá odlišné marketingové nástroje.

Marketingový mix spolu s výběrem tržních segmentů a cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii podniku (Jakubíková, 2008).

Klasická podoba marketingového mixu je tvořena čtyřmi nástroji, tzv. 4P (Jakubíková, 2008):

- 1. produkt (product)**
- 2. cena, kontraktační podmínky (price);**
- 3. distribuce, umístění (place);**
- 4. marketingová komunikace (promotion)**

Marketingový mix tvoří čtyři prvky, tzv. 4P. Písmena P představují počáteční písmena anglických slov product, promotion, place and price. Všechny čtyři prvky musí být smíchány dohromady, produkovat integrovaný plán opatření pro vybudování značky a pomáhat generovat dlouhodobé zisky (Masterson a Pickton, 2010).

Marketingovou komunikací se rozumí řízené informování a přesvědčování cílových skupin, pomocí kterého naplňují podniky a další instituce své marketingové cíle (Karlíček a Král, 2011).

Na současných konkurenčních trzích se již většina komerčních i nekomerčních organizací bez marketingové komunikace neobejde. Podnikatelé přesvědčují potenciální zákazníky, aby zakoupili jimi nabízené produkty, vládní a neziskové instituce se snaží vymýtit sociálně škodlivé chování či podpořit chování sociálně prospěšné a politické strany agitují, aby jim voliči dali svůj hlas (Karlíček a Král, 2011).

Personální zdroje

V této části podnikatelského plánu by mělo být uvedeno kdo a v jakém počtu by měl určitou pracovní pozici obsadit, jakou musí mít požadovanou kvalifikaci, jaké musí mít zkušenosti, jakým způsobem budou na pozice pracovníci hledáni nebo najímáni, jaké budou jejich platy, benefity a tedy celkové osobní náklady atd. (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Finanční plán

Finanční plán je taktéž podstatnou součástí podnikatelského plánu a měl by obsahovat tržby a jejich vývoj ve 2-3 letech, počáteční provozní prostředky, výdaje na pořízení aktiv, cash flow, předběžný výkaz výnosů a nákladů, propočet základních poměrových ukazatelů, výpočet bodu zvratu a plán financování (Staňková, 2007).

Ve finančním plánu se prokazuje reálnost podnikatelského záměru. Výstupy finančního plánu musí mít reálné podklady, tzn. musí být zpracovány na základě dílčích plánů, které mají být navzájem provázány. Minimální plánovací období je do doby vykázání zisku (Srpková a Veber, 2012).

Ve finančním plánu by mělo být taky uvedeno, že v případě začínající společnosti jsou

potřebné prostředky na založení podniku, prostředky na pořízení dlouhodobého majetku, prostředky na pořízení oběžného majetku a prostředky na zahájení podnikatelské činnosti (Srpová et al., 2011).

Hodnocení rizik

Riziko v souvislosti s podnikatelským plánem představuje odchylku od cíle. Riziko je spojeno s nepříznivými dopady na podnik. Analýza rizik podnikateli umožňuje dva pohledy na podnikatelský plán. Kromě přiblížení pravděpodobnosti rizikové situace také poslouží i pro přípravu opatření, která bude nutné zavést v případě, že daná riziková situace nastane. Každá riziková situace má své příčiny, proto podnikatel může pomocí analýzy rizika dospět současně k návrhu preventivních opatření, která organizaci pomohou snížit konkrétní významná rizika. Zařazením této kapitoly do podnikatelského plánu jeho tvůrce signalizuje, že si je vědom rizik a je připraven v případě výskytu na tato rizika reagovat (Srpová a Veber, 2012).

2 Podnikatelský plán pro založení hotelu s restaurací ve městě Šumperk

V praktické části práce zpracovávám podnikatelský plán pro založení hotelu a restaurace ve městě Šumperk. Šumperk je okresní město v Olomouckém kraji ležící asi 60 kilometrů severně od Olomouce. Žije zde přibližně 30 000 obyvatel. Ve městě a okolí se nabízí mnoho turistických a kulturních příležitostí. Jedná se zejména o pohoří Jeseníky, zámek a lázně ve Velkých Losinách, historické centrum Šumperka a další. Působí tady relativně velké množství průmyslových podniků. Město a okolí navštíví nejvíce turistů v letních měsících, kdy se jim nabízí možnost mnoha turistických příležitostí, zejména horské túry, cyklistika a návštěva historických památek. Neméně turistů dorazí na šumpersko také v zimní období, kdy turisté navštěvují zimní lyžařská střediska, kterých je v okolí Šumperka mnoho.

A tak by se turistům a nejen jim mělo ve městě nabídnout dostatečné množství ubytovacích a stravovacích služeb. Momentálně se přímo v Šumperku nacházejí asi 3 hotely na tříhvězdičkové a jeden na čtyřhvězdičkové úrovni a asi 20 – 25 restaurací poskytujících teplou kuchyni.

Nový podnik plánuji založit v budově bývalého hotelu Hansa nedaleko centra města. Podnik je od září 2013 mimo provoz a stal se předmětem exekučního řízení. Budovu mám v plánu pořídit v dražbě do 6 000 000 Kč. Cena nemovitosti dle znaleckého posudku je 8 805 000 Kč.

Hotel Hansa zde fungoval pod vedením různých majitelů několik desítek let a je znám většině místních obyvatel, což lze považovat za velkou výhodu. Hansa byl hotelem, který se rovnal zařízením na tříhvězdičkové úrovni. V hotelu se může současně ubytovat až 22 hostů, a to ve dvou jednolůžkových a sedmi dvoulůžkových pokojích a ve dvou apartmánech. Každý pokoj bude standardně vybaven vlastním sociálním zařízením, televizorem a připojením k internetu. Kapacita restaurace je zhruba kolem 40 osob. K restauraci náleží také letní terasa se samostatným výčepem a zde se usadí zhruba 60 hostů.

2.1. Titulní list

Podnikatelský plán

Hotel HANSA

Obr. č. 2 Budova hotelu a restaurace



Zdroj: Vlastní fotografie

Název organizace: Hotel HANSA s.r.o.
Sídlo: Langrova 29, Šumperk
Kontaktní osoba: Václav Berka
Web: www.hotel-hansa.cz

2.2 Exekutivní souhrn

Podnikatelský plán je sestaven pro založení hotelu s restaurací ve městě Šumperk. Název podniku je Hansa. Jediný majitel společnosti bude Václav Berka. Hansa bude nabízet komfortní ubytování v jednolůžkových a dvoulůžkových pokojích a v apartmánech pro 3 osoby. V restauraci budou zákazníkům nabízena tradiční česká kuchyně a výběr z 5 druhů hamburgerů. Tuhle nabídku bych zařadil mezi silné stránky podniku, neboť hamburgery nikdo ve městě v takovém množství nenabízí. Společnost bude zejména v restauraci zaměřena na klientelu, která tvoří spíše střední vrstvu. Podnikatelský plán bude financován z větší části z úvěru.

2.3 Popis podniku

Zamýšlený podnik bude založen jako společnost s ručením omezeným ke dni 1.7.2014 se základním kapitálem 500 000 Kč. Tato právní forma byla zvolena, protože je k dispozici kapitálový vstup, výhodou je omezené vlastní ručení a větší prestiž. Předmětem podnikání bude zejména hostinská činnost a ubytovací služby. Společnost bude sídlit na Langrově ulici v Šumperku v budově hotelu, která bude zakoupena v dražbě.

2.3.1 Nabízené služby

Ve svém zařízení budu nabízet následující služby:

- **nabídka gastronomických služeb** – nabídka teplých a studených pokrmů prostřednictvím jídelního lístku, zejména se bude jednat o tradiční česká jídla a o vybrané pokrmy mezinárodní kuchyně, hamburgery,
- **podávání nápojů** – hostům bude nabízeno široké spektrum alkoholických a nealkoholických nápojů včetně čepovaného piva, vína, tvrdého alkoholu, minerálních vod, džusů, limonád, bude možné si vybrat také z několika druhů kávy,
- **nabídka hotelového ubytování** – možnost dočasného ubytování v jednolůžkových a dvoulůžkových pokojích nebo v apartmánech, každý pokoj a apartmán má k dispozici vlastní sociální zařízení, LCD televizor se satelitním příjmem a připojení k internetu
-

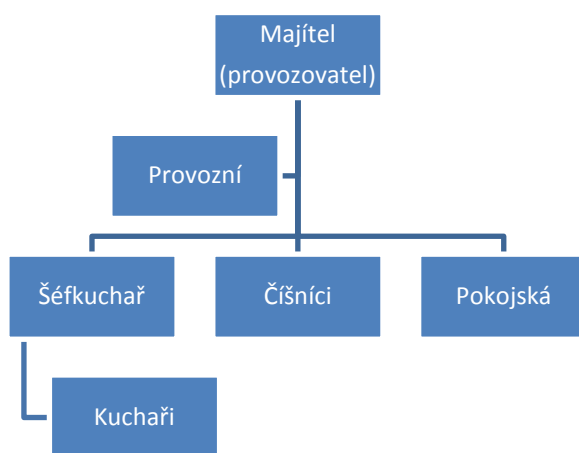
- doplňkové služby – kulečník, sledování sportovních přenosů prostřednictvím projekce

Bližší nabídka je uvedena v přílohách č., kde je k dispozici jídelní a nápojový lístek a nabídka ubytování.

2.3.2 Struktura podniku

Struktura podniku ukazuje, že jako majitel a jednatel společnosti ponesu zodpovědnost za chod celé organizace, mou náplní práce bude také vedení účetnictví. Přímě podřízený majiteli bude provozní. Jde o člověka, který absolvoval střední hotelovou školu a také již v oblasti gastronomie získal nějakou praxi. Náplní práce provozního bude vedení podřízených zaměstnanců a taky zásobování. Podřízenými pracovníky provoznímu budou šéfkuchař, číšníci a pokojská. Šéfkuchař jako vedoucí pracovník kuchyně bude mít pod sebou tým kuchařů. V případě potřeby bude podnik příležitostně zaměstnávat brigádníky. Kompletní přehled personálních zdrojů je popsán v kapitole 2.5. Personální zdroje.

Obr. č. 3 Struktura podniku



Zdroj: Vlastní zpracování

2.4 Analýza konkurence

Analýza konkurenčního prostředí je velmi důležitou kapitolou podnikatelského plánu. V této kapitole analyzují nejdříve konkurenty v oblasti hotelnictví a dále konkurenty v oblasti restaurátérství.

2.4.1 Analýza hotelových konkurentů

V oblasti ubytovacích služeb může hotelu Hansa konkurovat hotel Koruna, který je vzdálený cca 150 metrů od mého podniku. Koruna nabízí ubytovací služby na stejné úrovni jako můj zakládaný podnik. Dalším potenciálním konkurentem v hotelové branži je hotel Sport, ten se nachází přímo u Zimního stadionu v Šumperku a slouží především k ubytování sportovců. Třetí konkurenční hrozba na mě působí ze strany hotelu Grand, tento poskytuje své služby nedaleko centra města a patří k nejdéle působícím hotelům ve městě. Nejluxusnějším a nejnovějším hotelem ve městě je hotel Elegance, který až zase tak nelze považovat za přímého konkurenta, neboť je zaměřen na movitější klientelu, jeho ceny jsou až o 100% vyšší než dříve jmenovaných zařízení. Všichni potenciální konkurenti popsáni v následující kapitole.

Níže uvádím nabídku služeb konkurenčních hotelových podniků, jejich ceny za noc v jednolůžkovém a dvoulůžkovém pokoji vč. snídaně. Dále uvádím jejich silné a slabé stránky:

Hotel Koruna lze popsat:

- nabízí celkem 32 lůžek ve dvoulůžkových a jednolůžkových pokojích
- cena jednolůžkového pokoje vč. snídaně je 690 Kč, cena dvoulůžkového pokoje vč. snídaně pro 2 osoby je 1 100 Kč
- silné stránky – stálá klientela, 2 kategorie ubytování, příjemný personál
- slabé stránky – příliš hlučné prostředí, méně kvalitní gastronomické služby.

Hotel Grand lze popsat:

- 60 lůžek ve dvoulůžkových a jednolůžkových pokojích
- cena jednolůžkového pokoje vč. snídaně je 588 Kč, cena dvoulůžkového pokoje vč. snídaně pro 2 osoby je 1 176 Kč
- silné stránky – dlouholetá tradice, poloha, objekt po rekonstrukci
- slabé stránky – méně ochotný personál, kvalita vybavení pokojů, neklidné prostředí, čistota.

Hotel Sport lze popsat:

- 42 lůžek ve dvoulůžkových a jednolůžkových pokojích
- cena jednolůžkového pokoje vč. snídaně je 560 Kč, cena dvoulůžkového pokoje vč. snídaně pro 2 osoby je 1 000 Kč
- silné stránky – pestré sportovní vyžití a doplňkové služby, klidné prostředí
- slabé stránky – zastaralé vybavení, poloha na okraji města.

Penzion Černý havran lze popsat:

- 8 lůžek ve dvoulůžkových a jednolůžkových pokojích
- cena jednolůžkového pokoje vč. snídaně je 950 Kč, cena dvoulůžkového pokoje vč. snídaně pro 2 osoby je 1 320 Kč
- silné stránky – poloha v centru, luxusní vybavení
- slabé stránky – malá kapacita hotelu, vysoká cena, špatná dostupnost autem.

Hotel Elegance lze popsat:

- 40 lůžek ve dvoulůžkových a jednolůžkových pokojích
- cena jednolůžkového pokoje vč. snídaně je 1 190 Kč, cena dvoulůžkového pokoje vč. snídaně pro 2 osoby je 1 690 Kč
- silné stránky – poloha v centru, mnoho doplňkových služeb, luxusní vybavení,
- slabé stránky – vysoká cena, snídaně neodpovídají úrovni ubytování.

Penzion G lze popsat:

- 26 lůžek ve dvoulůžkových a jednolůžkových pokojích
- cena jednolůžkového pokoje vč. snídaně je 800 Kč, cena dvoulůžkového pokoje vč. snídaně pro 2 osoby je 1 300 Kč
- silné stránky – poloha hotelu, klidné prostředí, komfort, příjemný personál
- slabé stránky – nedostupnost parkování, stravování.

Penzion Villa Ancora lze popsat:

- 20 lůžek ve dvoulůžkových a jednolůžkových pokojích
- cena jednolůžkového pokoje vč. snídaně je 1 200 Kč, cena dvoulůžkového pokoje vč. snídaně pro 2 osoby je 1 700 Kč

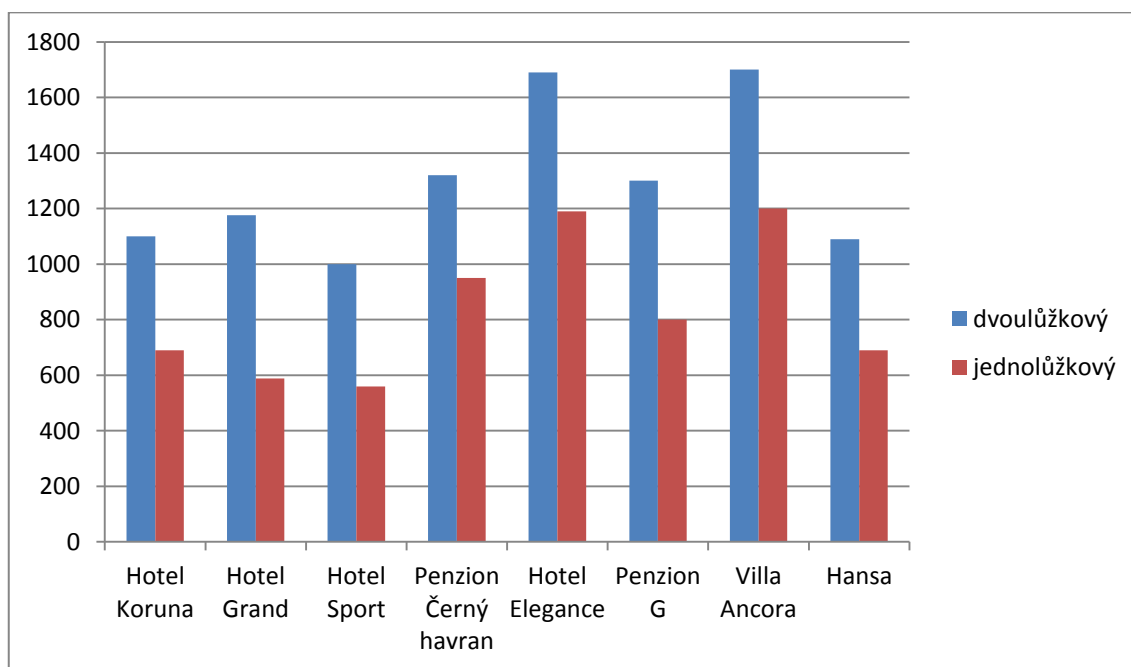
- silné stránky – rodinné prostředí, parkování, příjemný personál
- slabé stránky – vysoká cena, zastaralé vybavení, čistota

Pomocí analýzy konkurence v oblasti hotelových služeb jsem přišel na 7 stávajících konkurentů působících ve městě Šumperk, kteří nabízejí podobné služby, které zamýšlím poskytovat ve svém novém zařízení. Podniky mají různé nebo podobné silné a slabé stránky. Ceny ubytování za jedno lůžko se pohybují v intervalu od 560 do 1 200 Kč a ceny za dvoulůžkový pokoj se nacházejí v rozmezí od 1 000 do 1 700 Kč.

Srovnání uvádím níže také v grafické podobě. Z grafu lze poznat, že nejdražšími podniky nabízející ubytovací služby jsou hotel Elegance a Villa Ancora. V obou zařízeních se dá pořídit jednolůžkový pokoj za 1 200 Kč za noc a dvoulůžkový za 1 700 Kč za noc. Z analýzy můžu říct, že cena u hotelu Elegance je adekvátní, hotel je nový a má luxusní vybavení. To se však nedá říct o penzionu Villa Ancora. Tento penzion je již zařízením staršího typu, vybavení není příliš moderní. Cena určitě neodpovídá kvalitě nabízených služeb. Mezi konkurenční hotely s nejnižší cenou patří hotel Sport, hotel Koruna a taky hotel Grand. V těchto podnicích je možné se ubytovat v jednolůžkovém pokoji za cenu od 560 do 690 Kč za noc. Dvoulůžkový pokoj v těchto třech hotelích potom stojí od 1 000 do 1 176 Kč za noc včetně snídaně.

V posledních dvou sloupcích uvádím ceny, za které budu poskytovat pronájem jednolůžkového a dvoulůžkového pokoje v mém hotelu Hansa. Jednolůžkový pokoj budu nabízet za 690 Kč za noc a dvoulůžkový pokoj za 1 090 Kč za noc. Za tyto ceny mohu svým potenciálním klientům poskytnout relativně komfortní ubytování v pokojích s vlastním sociálním zařízením, které bude denně udržováno. Dále v pokojích bude k dispozici LCD televizor se satelitním příjmem a Wi-Fi připojení k internetu. Část původního nábytku po předchozím provozování bude vyměněna za nový a modernější.

Graf č. 1 Srovnání cen konkurenčních hotelů



Zdroj: Vlastní zpracování

2.4.2 Analýza restauračních konkurentů

Nabídka gastronomických služeb je ve městě poněkud rozsáhlejší než služeb ubytovacích. Ale zase na druhou stranu poptávka po jídle je daleko větší než po ubytování. Ve své restauraci budu vařit tradiční pokrmy české kuchyně, přičemž může také konkurovat restaurace hotelu Koruna a i další restaurace ve městě. Ale například pečenou kachnu se zelím a knedlíkem najdete pouze v jedné restauraci ve městě. Budu však také nabízet domácí burgery, které má ve své nabídce mexická restaurace Red Rat a potom ještě bar Dublin. Ve městě také působí podnik My Burger, který má ve svém sortimentu několik druhů hamburgerů, ale jedná se pouze o jejich výrobu a rozvoz, My Burger nedisponuje žádnými prostory k posezení.

Níže uvádím nabídku služeb konkurenčních restauračních podniků, jejich průměrné ceny za jídlo (cena jídla je zprůměrovaná z cen hlavních plnohodnotných pokrmů, menších pokrmů typu topinky nebo utopence a salátů), nealkoholický nápoj a pivo. Dále jsou uvedeny jejich silné a slabé stránky:

Restauraci Koruna lze popsat:

- široká nabídka minutek a hotových jídel, zejména kuřecí, vepřové a hovězí maso upravené na různé způsoby (např. řízek, guláš, steaky s různými omáčkami, masové směsi atd.), v letních měsících grilování na letní terase, polední menu
- průměrná cena pokrmu je 103 Kč, nealkoholického nápoje 28 Kč a pivo stojí 24 Kč
- silné stránky – poloha, příjemné posezení na zahrádce, dobré pivo, sportovní přenosy
- slabé stránky – špatná prezentace jídel, rušné prostředí ve večerních hodinách, obsáhlý jídelní lístek.

Restauraci Pod kaštanem lze popsat:

- nabídka dnešních nejběžnějších pokrmů z kuřecího, vepřového, hovězího masa, nabídka ryb, jsou používány především čerstvé suroviny, polední menu
- průměrná cena pokrmu je 108 Kč, nealkoholického nápoje 27 Kč a pivo stojí 25 Kč
- silné stránky – tankové pivo, příjemné prostředí a obsluha, chutná a čerstvá jídla
- slabé stránky – špinavé toalety, žádné doplňkové služby.

Restauraci Gronych lze popsat:

- široká škála jídel z různých druhů masa, zejména smažená jídla (řízky, sýry, zelenina), dále se zde také nabízejí bramboráková jídla a pokrmy z jater
- průměrná cena pokrmu je 97 Kč, nealkoholického nápoje 24 Kč a pivo stojí 23 Kč
- silné stránky – nízká cena, stabilní klientela, příjemná obsluha
- slabé stránky – zakouřené prostředí, výherní automaty, malá letní zahrádka.

Restauraci Stará sokolovna lze popsat:

- nabídka hotových jídel, minutek z různých druhů masa, příprava ryb, nabídka těstovinových pokrmů, steaků, smažených jídel, polední menu
- průměrná cena pokrmu je 95 Kč, nealkoholického nápoje 25 Kč a pivo stojí 23 Kč.

- silné stránky – příjemné prostředí, nízká cena, doplňkové služby (atrakce pro děti, hřiště na volejbal či nohejbal)
- slabé stránky – umístění na okraji města, příliš obsáhlá nabídka, pomalá obsluha.

Pivnici Holba lze popsat:

- pivnice Holba nabízí pokrmy české kuchyně z různých druhů masa, např. řízky masové směsi, steaky, jídla typu svíčková, guláš, výpečky, atd.
- průměrná cena pokrmu je 105 Kč, nealkoholického nápoje 27 Kč a pivo stojí 24 Kč
- silné stránky – poloha, dlouhá tradice restaurace, doplňkové služby jako jsou kulečník, šipky, nebo promítané sportovní přenosy
- slabé stránky – dlouhé čekání na objednávku, méně ochotná obsluha.

My Burger popsat:

- nabídka 5 druhů hamburgerů
- průměrná cena hamburgeru je 111 Kč
- silné stránky – slabá konkurence v odvětví, rozvoz po městě v ceně
- slabé stránky – nejsou k dispozici prostory k posezení.

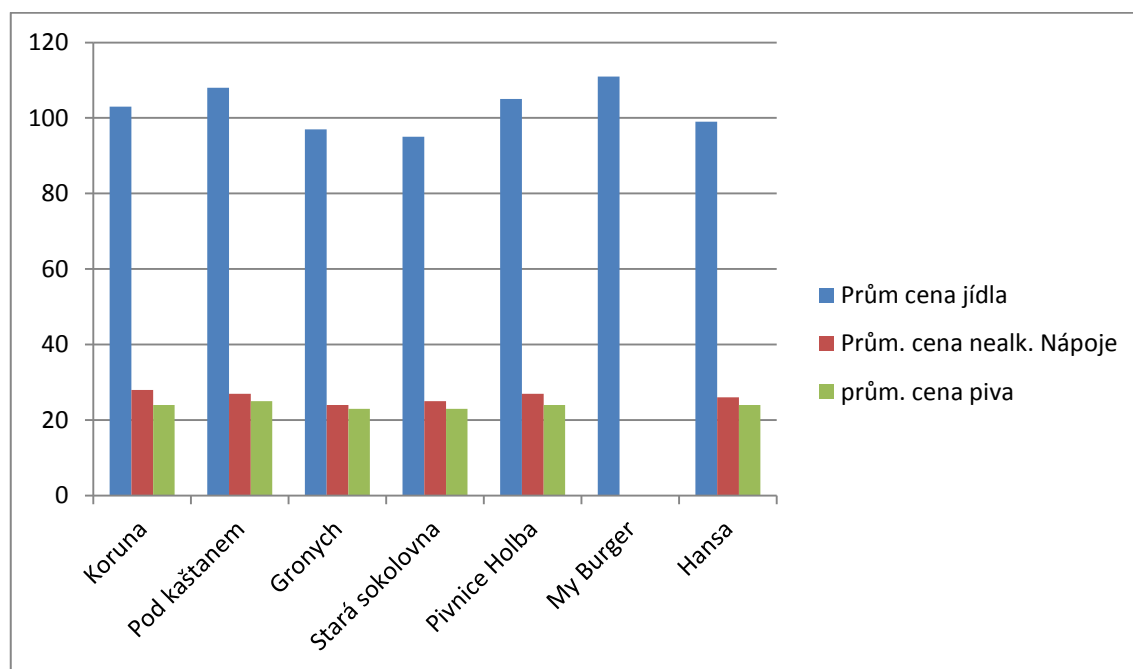
Z analýzy konkurenčních podniků v oblasti restauračních služeb jsem zjistil, že existuje poměrně dost konkurentů. Analyzoval jsem jen ta zařízení, která nabízejí podobné nebo stejné služby, které mám v úmyslu nabízet ve svém novém podniku. Průměrná cena jídla se pohybuje v rozmezí od 95 do 111 Kč. Průměrná cena nealkoholického nápoje nepřekročí 30 Kč a pivo si může člověk pořídit do 25 Kč za půllitr. Bral jsem v úvahu čepované desetistupňové nebo jedenáctistupňové pivo. Mezi opakující se prvky v rámci analýzy Pomocí analýzy jsem také zjistil, že podniky disponují někdy stejnými a někdy odlišnými silnými a slabými stránkami.

Níže uvádím grafické srovnání cen konkurentů v oblasti restaurátérství. Ceny piva a nealkoholických nápojů jsou ve všech konkurenčních restauracích zhruba na stejné úrovni. Malé výkyvy lze sledovat u pokrmů. Z tohoto hlediska jsou nejdražšími Restaurace pod kaštanem a rozvoz hamburgerů My Burger, nejlevnějšími jsou

restaurace Gronych a Stará sokolovna, zde zůstává průměrná cena jídla pod hranicí 100 Kč.

V posledních třech sloupcích grafu uvádím průměrné ceny své restaurace. Ve své restauraci Hansa budu teplé a studené pokrmy nabízet v průměru za 99 Kč, nealkoholické nápoje za 26 Kč a pivo za 24 Kč. Za tyto ceny můžu svým potenciálním zákazníkům nabídnout většinou odlišné produkty v oblasti jídel, 3 druhy čepovaného piva, příjemné prostředí a doplňkovou službu v podobě kulečnicku. Zejména oproti podniku My Burger mohu poskytnout svým budoucím hostům příjemné prostředí s posezením.

Graf č. 2 Srovnání cen restauračních konkurentů



Zdroj: Vlastní zpracování

2.5 Marketingový plán

Ve svém podniku, zejména v restauraci bych se chtěl hlavně zaměřit na zákazníky, kteří tvoří spíše střední vrstvu. Jedná se o potenciální hosty s průměrným a vyšším měsíčním příjmem než je v regionu obvyklé, zhruba od 12 do 30 tisíc korun. Nabídka bude uzpůsobena spíše této úrovni klientely.

Na zákazníky bych chtěl zapůsobit především chutným jídlem z čerstvých surovin, podáváním hamburgerů, velkými porcemi za přiměřenou cenu, příjemnou a ochotnou obsluhou, rozdělením restaurace na kuřáckou a nekuřáckou část. Každý všední den se bude podávat polední menu za zvýhodněnou cenu, které se bude skládat z polévky a jednoho ze tří hlavních jídel. Vzhledem k tomu, že se restaurace nachází blízko centra města, kudy projde kolem poledne mnoho lidí, lze předpokládat, že tato služba bude hojně využívána. Každý víkend (od pátku do neděle) budu poskytovat slevy na hamburgerová menu. V neposlední řadě se budu soustředit na péči o čepované pivo, budu si zakládat především na čistých trubkách a na tom aby bylo pivo čepované správným způsobem a při požadované teplotě. To je to, čím bych se chtěl odlišit od konkurence.

2.5.1 SWOT Analýza

Silné, slabé stránky a příležitosti a hrozby byly odhaleny pomocí SWOT analýzy, která je uvedena v tabulce níže.

Tabulka č. 1 SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - lokalita - relativně odlišné produkty - letní zahrádka - kuřácká i nekuřácká část 	<ul style="list-style-type: none"> - horší pověst z předchozího fungování - starší vybavení hotelu - kapacita hotelu - Zaměstnanci
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> - známost podniku mezi obyvateli - oživení dříve vyhlášeného podniku - nákup od prvovýrobce 	<ul style="list-style-type: none"> - vstup nových konkurentů na trh - vysoká nezaměstnanost - kriminalita (metanol) - zavedení nové legislativy

Zdroj: Vlastní zpracování

Vnitřní původ

V rámci vnitřních faktorů SWOT analýzy mezi silné stránky nového podniku řadím to,

že se podnik nachází blízko centra města a zároveň je nedaleko od lesa a od jednoho z největších sídlišť ve městě. Dále za silnou stránku považuji nabídku většinou odlišných produktů, zejména co se restaurace týká. Za velkou výhodu považuji, že je v restauraci k dispozici prostorná letní zahrádka, které bývají ve většině restaurací hojně využívány. Poslední silnou stránkou, kterou uvádím, je rozdělení restaurace na kuřáckou a nekuřáckou část.

Určitou slabou stránkou je to, že podnik před svým zavřením neposkytoval úplně kvalitní služby a lidé ho tak postupně přestávali navštěvovat. Vybavení pokojů v hotelu není úplně nejnovější. Za slabou stránku ještě oproti některým jiným konkurentům považuji relativně malou kapacitu hotelu. Slabou stránku v podniku mohou představovat také zaměstnanci, jestliže nevykonávají svou práci podle očekávání, to může ovlivnit potom celkové prostředí podniku, například nečistota nebo nekvalitní kuchyně.

Vnější původ

Jako příležitost vnímám, že hotel Hansa zde fungoval již mnoho let a je známý téměř mezi všemi obyvateli Šumperka. To přímo souvisí s další příležitostí, kterou je znovu přilákání bývalých i nových potenciálních klientů. Na Šumpersku působí množství statkářů nebi farmářů, a tak se mi nabízí příležitost odebírat některé čerstvé suroviny přímo od nich.

Jednu z největších hrozeb pro můj podnik představuje konkurence, především vstup nových konkurentů s novými vylepšenými produkty. Šumpersko je region s poměrně vysokou nezaměstnaností, takže hrozí, že když v regionu přestane působit jeden z velkých zaměstnavatelů, lidé nebudou mít dostatečné příjmy a nebudou navštěvovat restaurace. Dále bych mezi hrozby zařadil to, že někteří lidé mají strach konzumovat v restauračních zařízeních tvrdý alkohol. Je to způsobeno metanolovou aférou, kdy na následky otravy metanolem zemřelo v ČR od roku 2012 50 osob. V neposlední řadě je pro podnik hrozbou možná změna legislativy týkající se podnikání obecně nebo v dané oblasti podnikání, například se může jednat o hygienické předpisy. Tato změna může sebou nést náklady na nová opatření dle nových právních předpisů

2.5.2 Marketingový mix

V této kapitole bude popsáno jaké produkty, respektive služby budou zákazníkům nabízeny. Za jaké ceny jim budou prodávány, dále jakým způsobem budou produkty a služby propagovány a kde budou klientům k dispozici.

Produkt (Služba)

Ve svém podniku budu nabízet níže uvedené služby:

- **nabídka gastronomický služeb** – nabídka teplých a studených prostřednictvím jídelního lístku, zejména se bude jednat o tradiční česká jídla, jako je například pečené kachní stehno se zelím a bramborovým nebo houskovým knedlíkem, hovězí guláš nebo svíčková na smetaně, dále bude na výběr maximálně 10 pokrmů z různých druhů masa, hostům bude dále nabízeno 4-5 druhů hamburgerů s hranolky. Kompletní jídelní lístek je k dispozici v příloze č.
- **podávání nápojů** – hostům bude nabízeno široké spektrum alkoholických a nealkoholických nápojů včetně čepovaného piva z nedalekého pivovaru Holba, vína, tvrdého alkoholu, minerálních vod, džusů, limonád, bude možné si vybrat také z několika druhů kávy. Nápojový lístek uvádím v příloze č.
- **nabídka hotelového ubytování** – možnost dočasného ubytování ve dvou jednolůžkových a sedmi dvoulůžkových pokojích nebo v apartmánech pro 3 osoby, každý pokoj a apartmán má k dispozici vlastní sociální zařízení, LCD televizor se satelitním příjmem a připojení k internetu, v ceně ubytování bude zahrnuta snídaně formou bufetu. Nabídka ubytování je uvedena v příloze č.
- **doplňkové služby** – kulečnické sledování sportovních přenosů

Cena

Ceny produktů budou sestavovány následujícími způsoby:

- **cena gastronomických služeb** – při sestavování cen u těchto služeb budu přihlížet k nákladům vynaloženým na jednotlivé gastronomické služby a k fixním nákladům, k těmto nákladům samozřejmě přičtu přiměřenou marži, tak aby podnik byl konkurenceschopný. Ceny budou určovány samozřejmě také podle cen konkurentů. Zpočátku budou v rámci marketingu za účelem přilákání nových klientů vybrané služby prodávány za nákladové ceny, bude se jednat o produkty, na kterých budu chtít do budoucna stavět, zejména tedy hamburgery,

- **cena nápojů** – cena nápojů bude kalkulována obdobným způsobem jako ceny jídel
- **cena hotelového ubytování** – zde bude cenová politika nastavena hlavně podle konkurence, budeme také ale obezřetní, aby cena ubytování pokryla alespoň náklady s provozováním hotelu spojené.

Kalkulace cen některých služeb je uvedena v kapitole 2.6.5. Kompletní nabídka je k dispozici v přílohách č.

Propagace

Podnik bude propagován těmito prostředky:

- **reklama v Šumperském zpravodaji** – jedná se o reklamu v novinách vydávaných městem jednou měsíčně. Na malém prostoru budou natištěny základní informace o restauraci a nabízené služby a také aktuální akce,
- **propagace pomocí webu** – na stránkách www.hotel-hansa.cz budou mít potenciální klienti možnost zjistit informace o podniku, mohou zde nahlédnout do jídelního a nápojového lístku, na internet budeme vždy vystavovat aktuality týkající se různých akcí,
- **propagace pomocí plakátu vylepeného plakátu na veřejných tabulích ve městě** – na těchto plakátech budou mít lidé možnost najít ty samé informace jako v Šumperském zpravodaji nebo na internetových stránkách, každý měsíc bude nechán vylepen vždy nový,
- **propagace pomocí letáků roznášených do schránek** – zejména při zahájení provozu restaurace a hotelu budou rozneseny letáky po celém městě, aby se potenciální hosté co nejdříve dozvěděli o tom, že podnik je opět funkční. V letáku budou uvedeny základní informace, poskytované služby a zaváděcí ceny,
- **propagace založená na dobré pověsti podniku** – postupem času budeme spoléhat na to, že když budeme poskytovat kvalitní služby, tak že se k nám budou hosté vracet a doporučí nás i svým přátelům a známým,
- **propagace na ubytovacím webu** – zákazníkům bude k dispozici nabídka našich služeb a možnost jejich rezervace na stránkách webu www.booking.com a www.hotel.com.

Náklady na propagaci jsou uvedeny v kapitole č. 2.6 Finanční plán

Místo

Prostředí, ve kterém budou potenciálním hostům prodávány služby:

- Všechny služby budu svým zákazníkům poskytovat v sídle společnosti na Langrově ulici č. 29 v Šumperku, ať už půjde o služby restaurační nebo ubytovací,
- Hansa vždy býval docela komfortní hotel a hosté se tam většinou cítili dobře, ale v poslední době se na údržbu pokojů příliš nedbalo. Abych zlepšil prostředí pro své potenciální klienty, tak nechám vymalovat všechny pokoje, vyměnit matrace postelí, položit nové koberce a koupit nové LCD televizory,
- v prostorách restaurace se chystám nechat vymalovat zdi bílou a oranžovou barvou. Oranžová je symbolem optimismu, vzbuzuje v lidech zvědavost a chuť do dobrodružství a také chuť k jídlu, jedná se o společenskou barvu. Na zdech v restauraci budou vyvěšeny obrázky Šumperka a okolí z různých dob. Bude také položena nová dřevěná podlaha a budou pořízeny nové židle ke stolům,
- otevírací doba restaurace bude Pondělí – Čtvrtek: 10:00 – 22:00; Pátek a Sobota: 10:00 – 24:00; Neděle: 10:00 – 22:00, v hotelu bude se možné ubytovat 24 hodin denně

2.6 Personální zdroje

Ve svém zařízení budu zaměstnávat pracovníky na pozicích typických pro hotelová a restaurační zařízení. Přímým podřízeným majiteli bude provozní. Tento člověk musí úspěšně dokončit střední hotelovou školu a také již v oblasti gastronomie mít praxi alespoň 3 roky. Náplní práce provozního bude vedení podřízených zaměstnanců a taky zásobování. Podřízenými pracovníky provoznímu budou 1 Šéfkuchař, 2 číšníci a 1 pokojské. Jeden číšník bude zaměstnán na poloviční úvazek. Šéfkuchař jako vedoucí pracovník kuchyně bude mít pod sebou tým 2 kuchařů. V případě potřeby bude podnik příležitostně zaměstnávat brigádníky. Kompletní soupis pracovních pozic s kvalifikačními požadavky a náplní práce každé pozice jsou uvedeny v tabulkách níže. Uvádím také tabulku s částkami měsíčních hrubých mezd na jednotlivé pozice.

Tabulka č. 2 Personální obsazení v podniku

Pozice	Kvalifikační požadavky	Počet
Provozní	Středoškolské vzdělání v oblasti hotelnictví a restaurátérství, praxe v oboru alespoň 3 roky	1
Šéfkuchař	Vyučen v oboru kuchař nebo kuchař, číšník, praxe na obdobné pozici alespoň 3 roky	1
Kuchař	Vyučen v oboru kuchař nebo kuchař, číšník. Praxe na obdobné pozici výhodou	2
Číšník	Vyučen v oboru nebo praxe na obdobné pozici alespoň 2 roky	2-3
Pokojská	Žádné odborné požadavky, smysl pro čistotu a pořádek	1

Zdroj: Vlastní zpracování

Náplň práce jednotlivých pracovníků

Tabulka č. 3 Náplň práce jednotlivých pracovníků

Pozice	Náplň práce
Majitel	Řízení podniku jako celku, vedení účetnictví, výpomoc v provozu
Provozní	Vedení zaměstnanců, rozvržení směn, zajištění zásobování, propagace
Šéfkuchař	Zodpovědný za chod kuchyně, sestavování jídelníčků, příprava pokrmů
Kuchař	Spoluúčast při sestavování jídelníčků, příprava pokrmů, úklid kuchyně
Číšník	Obsluha zákazníků, příprava nápojů, úklid prostoru baru, recepce
Pokojská	Úklid pokojů, zajištění čistého prádla, úklid prostoru restaurace a toalet

Zdroj: Vlastní zpracování

Měsíční hrubé mzdy jednotlivých pozic

Tabulka č. 4 Měsíční hrubé mzdy jednotlivých pozic

Pozice	Mzda
Majitel	25 000 Kč
Provozní	20 000 Kč
Šéfkuchař	18 000 Kč
Kuchař	14 500 Kč
Číšník	13 000 Kč
Číšník ½ úvazek	6 500 Kč
Pokojská	11 000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

2.7 Finanční plán

V této části práce bude popsáno, jak budou opatřeny peněžní prostředky pro zahájení podnikatelské činnosti, zejména pro nákup budovy hotelu s restaurací a pro financování provozu na začátku podnikání. Bude zde sestaven plán nákladů a výnosů s výhledem na 3 roky, a to v pesimistické, reálné a optimistické variantě.

2.7.1 Opatření finančních prostředků při zahájení podnikání a jejich využití

K pořízení dlouhodobého majetku mi pomůže úvěr, o který jsem požádal u ČSOB. Plánuji získat úvěr ve výši 5 800 000 Kč, počítám s úrokovou sazbou 6% p.a. Úvěr plánuji splácet po dobu 25 let. Měsíční splátka včetně poplatků vychází 38 369 Kč. Dalších 600 000 Kč si vypůjčím od rodiny a 700 000 Kč vložím do podnikání z vlastních prostředků.

Výdaje na majetek při zahájení podnikání

Tabulka č. 5 Výdaje na majetek při zahájení podnikání

Položka	Cena
Budova hotelu	5 870 000 Kč
Automobil	250 000 Kč
Počítač + Elektronika	40 000 Kč
Drobná rekonstrukce	300 000 Kč
Software	25 000 Kč
Výdaje na založení společnosti	10 000 Kč
Základní kapitál	500 000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

2.7.2 Výpočet odpisů dlouhodobého majetku

V níže uvedených tabulkách jsou vypočteny hodnoty odpisů budovy hotelu a automobilu. Budova hotelu spadá do odpisové skupiny č. 6 a odepisuje se 50 let a osobní automobil se řadí do skupiny č. 2 a doba odepisování je 5 let. Pořizovací cena budovy je 5 870 000 Kč a pořizovací cena auta je 250 000 Kč. Oba tyto majetky jsem se rozhodl odepisovat rovnoměrně. Pro skupinu 6 je v prvním roce odpisová sazba 1,02%, v dalších letech 2,02%. Pro skupinu 2 je v prvním roce sazba 11%, v dalších letech 22,25%.

Tabulka č. 6 Daňové rovnoměrné odpisy budovy v letech 2014 – 2016

Rok	Výpočet	Odpis	Zůstatková cena
2014	5 870 000 x 1,02%	59 874 Kč	5 810 126 Kč
2015	5 870 000 x 2,02%	118 574 Kč	5 691 552 Kč
2016	5 870 000 x 2,02%	118 574 Kč	5 572 978 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 7 Daňové rovnoměrné odpisy automobilu v letech 2014 – 2016

Rok	Výpočet	Odpis	Zůstatková cena
2014	250 000 x 11%	27 500 Kč	222 500 Kč
2015	250 000 x 22,25%	55 625 Kč	166 875 Kč
2016	250 000 x 22,25%	55 625 Kč	111 250 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

2.7.3 Náklady na propagaci

Níže uvádím tabulku s náklady, které jsou vynakládány na propagační prostředky.

Tabulka č. 8 Náklady na propagaci

Způsob propagace	Cena
Reklama v šumperském zpravodaji	1 800 Kč/měsíc
Správa webu	3 000 Kč/měsíc
Plakát na veřejných tabulích	2 000 Kč/měsíc
Propagace na ubytovacích webech	2 000 Kč/měsíc

Zdroj: Vlastní zpracování

2.7.4 Zahajovací rozvaha k 1.7.2014

V zahajovací rozvaze k 1.7.2014 je znázorněn na straně pasiv pouze účet základní kapitál a na straně aktiv bankovní účet. Na obou účtech je částka 500 000 Kč. Jedná se o základní kapitál společnosti. Částky v rozvaze jsou uvedeny v Kč.

Tabulka č. 9 Zahajovací rozvaha k 1.7.2014

AKTIVA		PASIVA	
<u>Dlouhodobý majetek</u>	<u>0</u>	<u>Vlastní kapitál</u>	<u>500 000</u>
<u>Oběžný majetek</u>	<u>500 000</u>	<u>Základní kapitál</u>	<u>500 000</u>
<u>Bankovní účet</u>	<u>500 000</u>	<u>Cizí zdroje</u>	<u>0</u>
<u>Časové rozlišení</u>	<u>0</u>	<u>Časové rozlišení</u>	<u>0</u>
CELKEM AKTIVA	500 000	CELKEM PASIVA	500 000

Zdroj: Vlastní zpracování

2.7.5 Vývoj nákladů a výnosů v letech 2014 – 2016

V této podkapitole je zpracován výhled vývoje nákladů a výnosů z činnosti, a to v pesimistické, reálné a optimistické variantě. Částky v tabulkách jsou uvedeny v Kč.

Plán nákladů a výnosů pro rok 2014

1. Pesimistická varianta

Tabulka č. 10 Pesimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2014

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	1 267 667	Tržby za ubytování	160 200
Spotřeba energií	42 000	Tržby z restaurace	2 250 000
Služby	58 800		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	813 000		
Sociální a zdravotní pojištění	276 420		
Finanční náklady (úvěr)	230 214	Finanční výnosy	1 475
CELKEM NÁKLADY	2 775 475	CELKEM VÝNOSY	2 411 675

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky nákladů a výnosů pesimistické varianty 2. poloviny roku 2014, protože společnost byla založena 1.7.2014, vychází výsledek hospodaření - 363 800 Kč. V prvním roce podnikání pesimistické varianty vychází ztráta, protože ve spotřebě materiálu jsou zahrnuty náklady na drobnou rekonstrukci a vybavení a náklady na pořízení softwaru. Jestliže by nebyly ve spotřebě zahrnuty tyto náklady, byl by výsledek hospodaření 11 200 Kč. Tržby z restaurace jsou vypočítány na základě odhadované průměrné denní tržby 12 250 Kč. Tržby z hotelu jsou plánovány v této variantě tak, že bude v průměru obsazen každý druhý den alespoň 1 dvoulůžkový a 1 jednolůžkový pokoj. To znamená, že počítám s průměrnou denní tržbou z ubytování ve výši 890 Kč. V této pesimistické variantě počítám s průměrnými měsíčními náklady na energie dle průměrných cen energií v regionu 7 000 Kč. V nákladové položce služby jsou obsaženy náklady na propagaci společně s náklady na televizi a internet. Při této variantě by byla kapacita restaurace zaplněna zhruba ze 40% a kapacita hotelu jen ze 7%.

2. Realistická varianta

Tabulka č. 11 Realistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2014

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	1 390 519	Tržby za ubytování	480 600
Spotřeba energií	54 000	Tržby z restaurace	2 430 000
Služby	58 800		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	813 000		
Sociální a zdravotní pojištění	276 420		
Finanční náklady (úvěr)	230 214	Finanční výnosy	1 475
CELKEM NÁKLADY	2 910 327	CELKEM VÝNOSY	2 912 075

Zdroj: Vlastní zpracování

Z realistického plánu pro rok 2014 vychází zisk 1 748 Kč. V této realistické variantě lze vidět, že i když jsou na začátku podnikání ve spotřebě materiálu zahrnuty náklady na modernizaci, tak se náklady daří pokrýt a vychází malý kladný výsledek hospodaření. Náklady jsou navýšeny oproti pesimistické variantě adekvátně k tržbám. Kapacita by ještě nebyla plně využita. Restaurace by byla využita zhruba z 60% a hotel ze 21%.

3. Optimistická varianta

Tabulka č. 12 Optimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2014

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	1 612 334	Tržby za ubytování	801 000
Spotřeba energií	72 000	Tržby z restaurace	2 700 000
Služby	58 800		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	813 000		
Sociální a zdravotní pojištění	276 420		
Finanční náklady (úvěr)	230 214	Finanční výnosy	1 475
CELKEM NÁKLADY	3 150 142	CELKEM VÝNOSY	3 502 475

Zdroj: Vlastní zpracování

V optimistické variantě roku 2014 by výsledek hospodaření vyšel 352 333 Kč. Za této situace by již podnik vytvářel relativně velký výsledek hospodaření, který by se mohl investovat dále do podnikání. Kapacita restaurace by byla zaplněna ze 75% a kapacita hotelu z 35%.

Plán nákladů a výnosů pro rok 2015

1. Pesimistická varianta

Tabulka č. 13 Pesimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2015

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	1 898 000	Tržby za ubytování	516 600
Spotřeba energií	96 000	Tržby z restaurace	4 608 000
Služby	117 600		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	1 626 000		
Sociální a zdravotní pojištění	552 840		
Finanční náklady (úvěr)	460 428	Finanční výnosy	3 264
CELKEM NÁKLADY	4 838 242	CELKEM VÝNOSY	5 127 864

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulkách roku 2015 jsou již vyšší částky, neboť je zohledňován celý rok. Pesimistická varianta roku 2015 by mohla naznačovat, že měl podnik pořád problém s nalezením své stálé klientely. Počítám zde s průměrnými denními tržbami z restaurace ve výši 12 800 Kč. Průměrné denní tržby z ubytování uvažuji na úrovni 1 780 Kč. Z kapacity restaurace by bylo využito 45% a hotelu asi 12%. V roce 2015 již není položka spotřeba materiálu zatěžována náklady na drobný majetek, a tak zisk vychází ve výši 289 622 Kč.

2. Realistická varianta

Tabulka č. 14 Realistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2015

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	2 209 334	Tržby za ubytování	889 200
Spotřeba energií	132 000	Tržby z restaurace	5 076 000
Služby	117 600		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	1 626 000		
Sociální a zdravotní pojištění	552 840		
Finanční náklady (úvěr)	460 428	Finanční výnosy	3 264
CELKEM NÁKLADY	5 185 576	CELKEM VÝNOSY	5 968 464

Zdroj: Vlastní zpracování

Reálně v roce 2015 počítám s tím, že hotel s restaurací bude generovat roční zisk ve výši 782 888 Kč. Restaurace by byla vytížena zhruba ze 70% a hotel asi z 20%.

3. Optimistická varianta

Tabulka č. 15 Optimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2015

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	2 608 000	Tržby za ubytování	1 281 600
Spotřeba energií	180 000	Tržby z restaurace	5 760 000
Služby	117 600		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	1 626 000		
Sociální a zdravotní pojištění	552 840		
Finanční náklady (úvěr)	460 428	Finanční výnosy	3 264
CELKEM NÁKLADY	5 632 242	CELKEM VÝNOSY	7 044 864

Zdroj: Vlastní zpracování

Když jsem uvažoval o roku 2015 optimisticky, tak mi výnosy celkem vyšly 7 044 864 Kč, což je průměrně denně zhruba 19 570 Kč. Roční zisk by mohl být vytvořen ve výši 1 412 622 Kč. Kapacita restaurace by byla při této variantě zaplněna zhruba z 85% a kapacita hotelu asi z 35%.

Plán nákladů a výnosů pro rok 2016

1. Pesimistická varianta

Tabulka č. 16 Pesimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2016

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	1 970 667	Tržby za ubytování	640 800
Spotřeba energií	108 000	Tržby z restaurace	4 680 000
Služby	117 600		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	1 626 000		
Sociální a zdravotní pojištění	552 840		
Finanční náklady (úvěr)	460 428	Finanční výnosy	4 129
CELKEM NÁKLADY	4 922 909	CELKEM VÝNOSY	5 324 929

Zdroj: Vlastní zpracování

V pesimistické variantě roku 2016 plánuji vytvořit zisk 402 020 Kč. Průměrné denní tržby z restaurace jsou plánovány na 13 000 Kč a průměrné denní tržby z provozování hotelu plánuji na 1 780 Kč.

2. Realistická varianta

Tabulka č. 17 Realistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2016

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	2 316 000	Tržby za ubytování	961 200
Spotřeba energií	144 000	Tržby z restaurace	5 292 000
Služby	117 600		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	1 710 000		
Sociální a zdravotní pojištění	581 400		
Finanční náklady (úvěr)	460 428	Finanční výnosy	4 129
CELKEM NÁKLADY	5 416 802	CELKEM VÝNOSY	6 257 329

Zdroj: Vlastní zpracování

Po tom co by společnost v realistické variantě roku 2015 vytvořila zisk 782 88 Kč, tak bych zvedl mzdy zhruba o 5%. S tímto je tak tady počítáno. V této variantě bych plánoval vytvořit zisk 840 527 Kč.

3. Optimistická varianta

Tabulka č. 18 Optimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2016

NÁKLADY		VÝNOSY	
Spotřeba materiálu	2 711 000	Tržby za ubytování	1 379 700
Spotřeba energií	198 000	Tržby z restaurace	5 940 000
Služby	117 600		
Odpisy majetku	87 374		
Mzdové náklady	1 710 000		
Sociální a zdravotní pojištění	581 400		
Finanční náklady (úvěr)	460 428	Finanční výnosy	4 129
CELKEM NÁKLADY	5 865 802	CELKEM VÝNOSY	7 323 829

Zdroj: Vlastní zpracování

V této optimistické variantě je pochopitelně také počítáno s vyššími odměnami pro zaměstnance. Optimisticky počítám s tím, že v roce 2016 se podnik úplně prosadí na dokonale konkurenčním trhu a roční tržby překročí hodnotu 7 mil. Kč. Zisk mi v této variantě vyšel 1 458 027 Kč. Peněžní prostředky ze zisku bych znovu investoval do podnikání a část bych rozdělil jako prémie mezi zaměstnance. Kapacita by v tomto případě měla být využita v průměru kolem 90%. Hotel by byl v průměru obsazen asi z 50 – 60%.

2.7.6 Cenová kalkulace vybraných výrobků

Níže uvádím tvorbu cen u některých výrobků nabízených v restauraci. Ceny tvoří přímý materiál neboli spotřebované suroviny, přímé mzdy dle potřebného času pracovníka na určitý výkon. Ostatní přímé náklady představují náklady na energii, opravy a udržování, odpisy apod.

Hovězí tatarák s topinkami

- | | |
|-------------------------|---------------|
| • přímý materiál | 45 Kč |
| • přímé mzdy | 28 Kč |
| • ostatní přímé náklady | 15 Kč |
| • <u>zisk 40 %</u> | <u>36 Kč</u> |
| • prodejní cena | 124 Kč |

Klasik hamburger s hranolkami

- | | |
|-------------------------|---------------|
| • přímý materiál | 47 Kč |
| • přímé mzdy | 32 Kč |
| • ostatní přímé náklady | 10 Kč |
| • <u>zisk 23 %</u> | <u>21 Kč</u> |
| • prodejní cena | 110 Kč |

Vepřová panenka s omáčkou ze zeleného pepře

- | | |
|-------------------------|---------------|
| • přímý materiál | 45 Kč |
| • přímé mzdy | 30 Kč |
| • ostatní přímé náklady | 15 Kč |
| • <u>zisk 30 %</u> | <u>39 Kč</u> |
| • prodejní cena | 129 Kč |

Čepované pivo Holba Šerák 11°

• přímý materiál	13 Kč
• přímé mzdy	5 Kč
• ostatní přímé náklady	3 Kč
• <u>zisk 14 %</u>	<u>3 Kč</u>
• prodejní cena	24 Kč

Jameson Whiskey 0,04 l

• přímý materiál	17 Kč
• přímé mzdy	4 Kč
• ostatní přímé náklady	2 Kč
• <u>zisk 95 %</u>	<u>22 Kč</u>
• prodejní cena	45 Kč

2.8 Diskuze a návrhy (hodnocení rizik)

Každá podnikatelská činnost s sebou nese také určitá rizika. V této kapitole se věnuji rizikovým situacím, které mohou při aplikaci výše uvedeného podnikatelského plánu nastat, a také navrhuji opatření proti těmto rizikům.

Neočekávám úpadek poptávky v regionu po gastronomických a hotelových službách, avšak může poklesnout poptávka po mnou nabízených produktech a službách. V případě poklesu poptávky po určitém jídle, snížím cenu tohoto pokrmu, je-li to možné. Jestliže poptávka po určité době nevzroste, odstraním toto jídlo ze svého sortimentu a budu místo něho nabízet nový jiný produkt, o který by mohl být větší zájem. Toto opatření souvisí se sledováním moderních trendů a novinek v gastronomii.

Další opatření, které bych zavedl při poklesu poptávky po restauračních, by byla nabídka rozvozu obědů po Šumperku a okolí. Tuto službu bych nabídl zejména do menších podniků, které zaměstnávají určitý počet lidí a není u nich k dispozici závodní stravování. Další věc, kterou bych se snažil opatřit vzestup poptávky, by byl

prodej voucherů na služby poskytované hotelem a restaurací přes slevové portály.

Jestliže dojde k poklesu poptávky po ubytovacích službách, tak se zaměřím na vylepšení prostředí zejména hotelových pokojů. Vyhledal bych služeb designéra, aby mi objektivně poradil, co by se mělo změnit respektive zlepšit, aby se zájem o ubytování v hotelu Hansa opět zvýšil. Také bych se zaměřil na větší propagaci hotelu, nabídl bych ubytování do různých šumperských zejména výrobních podniků. Těm by moje ubytovací služby posloužili k ubytování jejich obchodních nebo jiných partnerů, kteří zde občas nějakou dobu setrvají. Těmto podnikům bych byl ochoten při častém využívání poskytnout množstevní slevu. Dále bych přehodnotil ceny ubytování a nejspíš bych přistoupil snížení cen. Jestliže by ani po těchto opatřeních nevzrostla poptávka po hotelových službách, zaměřil bych se namísto provozování hotelu na provozování hostelu. Jedná se o levnější a méně komfortní typ ubytování. Další možností by byl pronájem celého hotelu respektive hostelu a soustředění se jen na podnikatelskou činnost v oblasti restaurátérství.

Dalším potenciálním rizikem jsou ve většině organizací zaměstnanci. Jestliže by nějaký ze zaměstnanců nedělal svou práci tak, aby byl společnosti prospěšný, řešil bych s ním, kde leží problém a snažili bychom se ho nějakým způsobem vyřešit, například změnou některých postupů. Dále bych své zaměstnance nechal odborně proškolit. Následně bych musel kontrolovat, jestli zavedené opatření pomohlo problém odstranit. Jestliže by žádné opatření nebylo nápomocné, tak v poslední řadě bych byl nucen s daným zaměstnancem rozvázat pracovní poměr.

Samozřejmě každý podnikatelský plán může být ohrožen nějakým faktorem. Myslím si, že můj zamýšlený podnikatelský plán má poměrně velkou šanci na úspěch, neboť v restauraci nabízím většinou jiné pokrmy než ostatní konkurenční podniky. Zaměřil jsem se taky na nabídku kvalitních domácích hamburgerů. Ve větších městech v ČR jsou dnes restaurace nabízející tento produkt samozřejmostí. V Šumperku však podnik, který by nabízel alespoň 4 druhy hamburgerů, chybí. Výjimku tvoří jen podnik My Burger, který burgery připravuje a jenom rozvází po Šumperku a okolí. Tak jsem si položil otázku, proč by si lidé nemohli přijít sníst takový burger do příjemného prostředí

a dát se k němu třeba ještě půllitr vychlazeného čepovaného piva.

Myslím, že zajistit si klientelu v hotelu bude složitější než v případě restaurace. V tomhle směru bych se mohl opřít o to, že hotel Hansa byl v minulosti hodně využívaný ať už turisty nebo lidmi na pracovních cestách. Po relevantních úpravách pokojů a požadované propagaci je velká šance dostat potenciální zpět do hotelu Hansa.

ZÁVĚR

Bakalářskou práci jsem zpracovával na téma podnikatelský záměr pro založení společnosti. V první teoretické části práce jsem se zaměřil na základní pojmy týkající se podnikání, dále jsem popsal právní formy podnikání, věnoval jsem se také potřebným poznatkům pro praktickou část z oblasti hotelnictví a restaurátérství a financování podnikatelské činnosti. Na konec teoretické části byla popsána struktura podnikatelského plánu.

V praktické části práce jsem sestavoval podnikatelský plán pro založení hotelu s restaurací ve městě Šumperk. Jako stěžejní část podnikatelského plánu považuji zejména analýzu konkurence, kdy je důležité zjistit jaké produkty a služby nabízí konkurenční podniky, aby bylo možné sestavit alespoň částečně odlišnou nabídku. Neméně významné je také zajištění lidských zdrojů a sestavení finančního plánu, zejména jestli bude podnikatelský plán sloužit jako podklad pro získání úvěru nebo jiného financování. Na závěr podnikatelského plánu je taky nezbytné vyhodnotit rizika, která mohou nastat, a jestliže tyto rizikové situace nastanou, tak jaká budou proti nim zavedena opatření.

V dnešní době je v gastronomii velice silná konkurence, a tak aby se podnik v této oblasti prosadil, musí nabízet kvalitní služby, podávat pokrmy z čerstvých surovin, disponovat čistým a příjemným prostředím, zaměstnávat ochotný personál apod. V neposlední řadě je důležité, aby měl podnik dobře nastavenou marketingovou strategii a byl správně propagován pomocí různých propagačních prostředků nebo médií. Ve svém podniku jsem se v rámci marketingu zaměřil na cílovou skupinu zákazníků, která by měla být spíše střední vrstvou, protože těchto občanů na Šumpersku žije nejvíce. Cenově jsem se svým zamýšleným podnikem zapadl přesně mezi konkurenci. Služby nabízené hotelem Hansa nejsou příliš levné ani předražené a můžu nabídnout docela odlišné služby než konkurenční podniky, například v podobě hamburgerů.

Ve finančním plánu podnikatelského plánu jsem se zaměřil plánování nákladů a výnosů v pesimistické, realistické a optimistické variantě. V pesimistické variantě roku 2014 mi

vyšlo hospodaření se ztrátou asi 360 000 Kč, a to hlavně proto, že v nákladech byly zahrnuty jednorázově výdaje na modernizaci pokojů a restaurace. V realistické variantě by se mi tyto náklady již podařilo plně pokrýt a podnik by hospodařil se ziskem 1 748 Kč, to znamená, že v tomto případě by se produkce pohybovala zhruba na úrovni bodu zvratu. Při optimistickém pohledu na náklady a výnosy, když by byla více využita kapacita hotelu i restaurace, tak by výsledek hospodaření představoval zisk ve výši 352 333 Kč.

V rámci hodnocení rizik jsem se ve svém plánu věnoval hlavně poklesu poptávky po produktech a službách, problémům spojených se zaměstnanci. Popsal jsem zde opatření, která by byla zavedena v případě, že by daná riziková situace nastala.

Cílem bakalářské práce tedy bylo sestavit reálný podnikatelský plán pro založení společnosti. Myslím, že mnou sestavený podnikatelský plán by byl v Šumperku realizovatelný, protože zařízení podobného typu především, co se restaurace týká, se zde nenachází. Ze zkušenosti z větších měst v ČR jsou restaurace nabízející kvalitní domácí hamburgery většinou úspěšné.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Literatura

1. ČIŽINSKÁ, Romana a Pavel MARINIČ. *Finanční řízení podniku: moderní metody a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 204 s. ISBN 978-80-247-3158-2.
2. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
3. KARLÍČEK, Miroslav a Petr KRÁL. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-3541-2.
4. KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
5. MASTERSON, Rosalind a David PICKTON. *Marketing: an introduction*. 2nd ed. London: Sage, 2010, xviii, 508 s. ISBN 978-1-84920-571-9.
6. MLEJNKOVÁ, Lena. *Služby společného stravování*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Oeconomica, 2009, 130 s. ISBN 978-80-245-1592-2.
7. REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Efektivní financování rozvoje podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 142 s. ISBN 978-80-247-1835-4.
8. SMETANA, František a Eva KRÁTKÁ. *Podnikání v hotelnictví a gastronomii: pro střední a vyšší hotelové školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2009, 160 s. ISBN 978-80-7373-054-3.
9. SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.
10. SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
11. STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2007, xiv, 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
12. SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011, 471 s. ISBN 978-80-247-3494-1.
13. ŠIMAN, Josef a Petr PETERA. *Financování podnikatelských subjektů: teorie pro praxi*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2010, xvii, 192 s. ISBN 978-80-7400-117-8.

14. VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Zákony

15. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
16. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání
17. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
18. Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích

Internetové zdroje

19. SWOT analýza [online]. [cit. 2014-05-31]. Dostupné z:
<http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/swot-analyza>

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1 Srovnání cen konkurenčních hotelů	38
Graf č. 2 Srovnání cen restauračních konkurentů	41

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1 SWOT analýza	28
Obrázek č. 2 Budova hotelu a restaurace	32
Obrázek č. 3 Struktura podniku	34

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1 SWOT analýza	42
Tabulka č. 2 Personální obsazení v podniku	47
Tabulka č. 3 Náplň práce jednotlivých pracovníků	47
Tabulka č. 4 Měsíční hrubé mzdy jednotlivých pozic	48
Tabulka č. 5 Výdaje na majetek při zahájení podnikání	49
Tabulka č. 6 Daňové rovnoměrné odpisy budovy v letech 2014 – 2016	49
Tabulka č. 7 Daňové rovnoměrné odpisy automobilu v letech 2014 – 2016	50
Tabulka č. 8 Náklady na propagaci	50
Tabulka č. 9 Zahajovací rozvaha k 1.7.2014	50
Tabulka č. 10 Pesimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2014	51
Tabulka č. 11 Realistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2014	52
Tabulka č. 12 Optimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2014	52
Tabulka č. 13 Pesimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2015	53
Tabulka č. 14 Realistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2015	53
Tabulka č. 15 Optimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2015	54
Tabulka č. 16 Pesimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2016	54
Tabulka č. 17 Realistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2016	55
Tabulka č. 18 Optimistická varianta plánu nákladů a výnosů pro rok 2015	55

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 Jídelní lístek

Příloha č. 2 Nápojový lístek

Příloha č. 3 Nabídka ubytování

Přílohy

Příloha č. 1 - Jídelní lístek

Polévky

- Hovězí vývar s nudlemi a játrovými knedlíčky 30,-
- Domácí bramboračka s hříbký 32,-
- Další polévky dle denní nabídky

Něco na chuť k pivu

- 120 g Hovězí tatarák se 3 kusy topinek 124,-
- 1 ks Topinka s pikantní masovou směsí 69,-
- 1 ks Nakládaný hermelín 39,-
- 1 ks Domácí grilovaná klobása s hořčicí, křenem a pečivem 45,-
- 150 g Uzený hovězí jazyk s hořčicí, křenem a pečivem 69,-

Tradiční pokrmy české kuchyně

- 1 ks Pečené kachní stehno s červeným zelím a bramborovým nebo houskovým knedlíkem 139,-
- 100 g Svíčková na smetaně s houskovým knedlíkem 109,-
- 150 g Kuřecí nebo vepřový řízek s bramborovou kaší 92,-
- 100 g Hovězí guláš s bramboráčky 99,-

Ostatní jídla

- 200 g Grilovaná kuřecí prsa se sušenými rajčaty, mozzarelou a bylinkami 125,-
- 200 g Kuřecí prsa se smetanovou omáčkou se žampiony 115,-
- 150 g Vepřová panenka s omáčkou ze zeleného pepře 129,-
- 150 g Grilovaná vepřová játra se slaninou a cibulí 85,-
- 150 g Vídeňská roštěná 135,-
- 200 g Steak z hovězí roštěné 199,-

Hamburgery

- **Klasik Hamburger s hranolky** (sezamová bulka, 120 g mleté hovězí maso, sýr Cheddar, zelenina, majonéza, kečup, smažená cibule a slanina) 110,-
- **Double Hamburger s hranolky** (sezamová bulka, 2 x 120 g mleté hovězí maso, sýr Cheddar, zelenina, majonéza, kečup, smažená cibule a slanina) 149,-
- **Chilli hamburger** (sezamová bulka, 120 g mleté hovězí maso, sýr Cheddar, zelenina, majonéza, kečup, smažená cibule a slanina, papričky Jalapeños) 119,-
- **Chicken burger** (sezamová bulka, 120 g kuřecí plátek, sýr Cheddar, zelenina, majonéza, kečup) 110,-
- **Vegetariánský burger** (sezamová bulka, grilovaný lilek a cuketa, vejce, zelenina, dresink) 79,-

Saláty

- 250 g Salát s kuřecím masem 99,-
- 150 g Šopský salát 59,-
- 150 g Okurkový salát 39,-
- 150 g Rajčatový salát 39,-

Přilohy

- 200 g Hranolky 29,-
- 200 g Vařené brambory 20,-
- 200 g Opékané brambory 25,-
- 200 g Krokety 29,-
- 200 g Dušená rýže 19,-
- 1 ks Houskový knedlík 5,-
- 1 ks Bramborový knedlík 5,-
- Tatarská omáčka 12,-
- Kečup 10,-

Dezerty

- Palačinka s čerstvým ovocem a šlehačkou 60,-
- Zmrzlinový pohár 50,-

Příloha č. 2 – Nápojový lístek

Čepované pivo

Holba 10° 0,5 l	23,-
Holba 10° 0,3 l	14,-
Holba Šerák 11° 0,5 l	24,-
Holba Šerák 11° 0,3 l	15,-
Plzeňský Prazdroj 0,5 l	30,-
Plzeňský Prazdroj 0,3 l	20,-

Lahvové pivo

Plzeňský prazdroj 0,5 l	28,-
Radegast Birell 0,5 l	24,-

Nealkoholické nápoje

Čepovaná kofola 0,5 l	23,-
Čepovaná kofola 0,3 l	15,-
Coca-Cola, Fanta, Sprite, Tonic 0,33 l	26,-
Džusy Cappy (různé příchutě) 0,2 l	26,-
Bonaqua (neperlivá, jemně perlivá) 0,33 l	18,-
Red Bull 0,25 l	48,-

Teplé nápoje

Turecká káva	20,-
Espresso	28,-
Vídeňská káva	39,-
Cappuccino	39,-
Čaj	24,-

Víno

Dle aktuální nabídky

Alkoholické nápoje

Vodka Božkov 0,04 l	23,-
---------------------	------

Vodka Finská 0,04 l	35,-
Jelzin (různé příchutě) 0,04 l	23,-
Tuzemský Božkov 0,04 l	23,-
Havana Club 0,04 l	35,-
Bacardi 0,04 l	39,-
Captain Morgan 0,04 l	30,-
Jameson 0,04 l	45,-
Tullamore Dew 0,04 l	45,-
Ballantines 0,04 l	40,-
Jim Beam 0,04 l	40,-
Metaxa ***** 0,04 l	40,-
Becherovka 0,04 l	27,-
Fernet 0,04 l	25,-
Fernet Citrus 0,04 l	25,-
Slivovice 0,04 l	27,-

Pochutiny

Brambůrky	25,-
Tyčinky	17,-
Arašídy	20,-

Příloha č. 3 – Nabídka ubytování

Jednolůžkový pokoj	690,-
Dvoulůžkový pokoj	1 090,-
Apartmán pro 3 osoby	1 390,-

Ceny jsou uvedeny za jednu noc včetně snídaně pro každou osobu.